

**ANALISIS HUBUNGAN FAKTOR-FAKTOR INOVASI PRODUK DAN  
KREATIVITAS PROGRAM PEMASARAN TERHADAP KINERJA PENJUALAN  
(Studi Kasus di UMKM Mebel Ukir Jepara)**

**Nama :LININDA NUGRAHAPUTRI**

**NIM :L2H 007 037**

**ABSTRAK**

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dianggap sektor ekonomi yang paling strategis dalam perekonomian Indonesia. UMKM harus didorong agar memiliki Sumber Daya Manusia yang kreatif dalam rangka menghasilkan produk yang lebih baik. Persaingan saat ini sangatlah ketat, maka diupayakan untuk agresif, inovatif, adaptif dan aktif dalam menanggapi permintaan pelanggan.. Inovasi muncul sebagai salah satu jawaban yang dapat digunakan sebagai upaya yang diharapkan untuk membawa UMKM ke posisi yang lebih baik.

Inovasi adalah penciptaan ide, metode dan benda yang menghasilkan produk baru. UMKM memerlukan inovasi karena sangat penting dalam melakukan bisnis, dengan inovasi diharapkan dapat mempertahankan keberlangsungan UMKM. Inovasi produk diyakini dapat meningkatkan kinerja penjualan yang didukung oleh kreativitas program pemasaran. Selain itu, salah satu kunci keberhasilan inovasi adalah dengan meningkatkan kemampuan pemimpin dan pengaruh lingkungan.

Penelitian dilakukan di UMKM mebel Jepara dengan menggunakan SEM (Structural Equation Modeling). Hasil yang diperoleh adalah faktor lingkungan memiliki hubungan positif terhadap inovasi produk dan memiliki tingkat signifikan korelasi yang kuat. Inovasi produk memiliki hubungan positif terhadap kinerja penjualan dan memiliki tingkat signifikan korelasi yang kuat. Kemampuan pimpinan memiliki hubungan positif terhadap inovasi produk dan memiliki tingkat signifikan korelasi yang cukup. Kemudian yang terakhir, kreativitas program pemasaran memiliki hubungan positif terhadap kinerja penjualan dan memiliki tingkat signifikansi yang sangat lemah.

***Kata kunci: kemampuan pemimpin, faktor lingkungan, inovasi produk, kreativitas program pemasaran, kinerja penjualan***