

SKRIPSI
PENGARUH NILAI TAMBAH PRODUK, INOVASI BRANDING,
KAPASITAS PRODUKSI DAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
TERHADAP PENDAPATAN UMKM KULINER DI KOTA
BANJARMASIN



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi

Oleh:

MUHAMMAD ALFI RINALDY

NIM: 2110311210068

PROGRAM STUDI: EKONOMI PEMBANGUNAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN

2026

LEMBAR LEGALITAS
PENGARUH NILAI TAMBAH PRODUK, INOVASI BRANDING,
KAPASITAS PRODUKSI DAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
TERHADAP PENDAPATAN UMKM KULINER DI KOTA
BANJARMASIN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Muhammad Alfi Rinaldy
NIM. 2110311210068

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 11 Mei 2026 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing

Akhsanul Rahmatullah, SE, ME
NIP. 199007292022031005

Penguji I,

Dr. Ahmad Yunani, SE, M.Si
NIP. 197302071999031003

Penguji II

Chairul Sa'roni, SE, M.Si
NIP. 197209081998031005

Mengetahui,

Koordinator Progam Studi Ekonomi Pembangunan

Dr. Syahrithuah Siregar, SE, MA
NIP. 197103031998021001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Muhammad Alfi Rinaldy
NIM : 2110311210068
Progam Studi : Ekonomi Pembangunan
Judul Skripsi : Pengaruh Nilai Tambah Produk, Inovasi Branding,
Kapasitas Produksi dan Desain Komunikasi Visual
Terhadap Pendapatan UMKM Kuliner di Kota
Banjarماسin
Mata Kuliah Pokok : Ekonomi Kreatif
Hari, Tanggal Ujian : Senin, 11 Mei 2026
Waktu Ujian : 09.00 – 11.00 WITA

Tim Penguji

Pembimbing	: Akhsanul Rahmatullah, SE, ME	()
Penguji I	: Dr. Ahmad Yunani, SE, M.Si	()
Penguji II	: Chairul Sa'roni, SE, M.Si	()

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Muhammad Alfi Rinaldy
Progam Studi : Ekonomi Pembangunan
Judul Skripsi : Pengaruh Nilai Tambah Produk, Inovasi Branding,
Kapasitas Produksi dan Desain Komunikasi Visual
Terhadap pendapatan UMKM Kuliner Kota
Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Ekonomi Kreatif
Ujian Dilaksanakan : Senin, 11 Mei 2026
Waktu Ujian : 09.00 – 11.00 WITA

Disetujui oleh dosen pembimbing

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapat persetujuan

Banjarmasin, 25 Juni 2026

Mahasiswa,

Dosen Pembimbing,



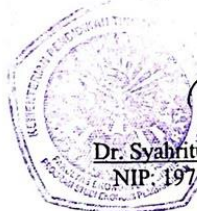
Muhammad Alfi Rinaldy
NIM. 2110311210068



Akhsanul Rahmatullah, SE, ME
NIP. 199007292022031005

Mengetahui,

Koordinator Progam Studi Ekonomi Pembangunan

Dr. Syahrudin Siregar, SE, MA
NIP. 197103031998021001

Banjarmasin, 28 Juli 2026

No : -
Hal : Persetujuan Perbaikan Skripsi
Lampiran : 3 (tiga) surat asli

Kepada Yth,
Koordinator Program Studi Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis ULM
Di Tempat

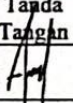
Sehubungan dengan hasil ujian skripsi dan saran perbaikan yang diberikan oleh para dosen penguji, maka saya atas nama:

Nama : Muhammad Alfi Rinaldy

NIM : 2110311210068

Judul Skripsi : Pengaruh Nilai Tambah Produk, Inovasi Branding, Kapasitas Produksi dan Desain Komunikasi Visual Terhadap pendapatan UMKM Kuliner Kota Banjarmasin

Tanggal Ujian : Senin, 11 Mei 2026

Nama Dosen	NIP	Jabatan	Tanggal Disetujui	Tanda Tangan
Akhsanul Rahmatullah, SE, ME	199007292022031005	Pembimbing	28/07/2026	

Menyatakan bahwa benar telah melakukan perbaikan skripsi dengan benar sesuai dengan saran yang diberikan pada saat ujian skripsi dan diketahui oleh Dosen Pembimbing dan diberikan persetujuan untuk melakukan proses administrasi selanjutnya.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, diucapkan terima kasih.

Yang Membuat,
Mahasiswa,



Muhammad Alfi Rinaldy
2110311210068



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN ILMU EKONOMI STUDI PEMBANGUNAN
PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN

Sertifikat

No. 51/UN8.1.12.2/JTAM/2026

Sertifikat ini diberikan kepada:

MUHAMMAD ALFI RINALDY

2110311210068

Judul Artikel JTAM:

PENGARUH NILAI TAMBAH PRODUK, INOVASI BRANDING, KAPASITAS PRODUKSI DAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL TERHADAP PENDAPATAN UMKM KOTA
BANJARMASIN

Telah dilakukan pengecekan uji kemiripan Jurnal Tugas Akhir dengan Indeks sebesar: 17%

Oleh karena itu, artikel JTAM ini dinyatakan bebas plagiasi sesuai SK Rektor No. 053/UN8/PK/2017

Banjarmasin, 17 Juli 2026

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan



Dr. Syahputra Siregar, S.E., M.A.
NIP. 19710303 199802 1 001

Koordinator JTAM

Urama Ahmed Dima, S.A., M.Sc.
NIP. 19930411 202406 1 002

CS Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Alfi Rinaldy

NIM : 2110311210068

Jurusan : Ekonomi Pembangunan

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Pengaruh Nilai Tambah Produk, Inovasi Branding, Kapasitas Produksi dan Desain Komunikasi Visual Terhadap Pendapatan Umkm Kulliner di Kota Banjarmasin” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya. Serta, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun, serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Banjarmasin, 13 Agustus 2026
Penulis

Muhammad Alfi Rinaldy
NIM. 2110311210068

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Nilai Tambah Produk, Inovasi Branding, Kapasitas Produksi dan Desain Komunikasi Visual terhadap Pendapatan UMKM Kuliner Kota Banjarmasin”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, serta dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Segala nikmat, rahmat, dan karunia Allah SWT.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat, Bapak Prof. Dr. Ahmad Yunani, SE, M.Si.
3. Bapak Dr. H. Syahrithuah Siregar, SE, MA selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Lambung Mangkurat.
4. Selaku dosen pembimbing skripsi, Bapak Akhsanul Rahmatullah, SE, ME. Penulis mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, nasehat, dan waktu yang telah diberikan selama membimbing.
5. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan yang telah membagikan ilmu kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Lambung Mangkurat.

6. Kepada orang tua penulis, serta adik tercinta, yang telah memberikan kasih sayang, semangat, dukungan yang luar biasa, serta doa demi kesuksesan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada sahabat-sahabat terdekat yang senantiasa memberikan bantuan, dukungan, dan semangat kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri, bagi pengembangan ilmu pengetahuan, serta bagi pihak-pihak yang membutuhkan, khususnya dalam pengembangan UMKM di Kota Banjarmasin.

Banjarmasin, 24 April 2026

Penulis

Muhammad Alfi Rinaldy

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product added value, branding innovation, production capacity, and visual communication design on the revenue of culinary MSMEs in Banjarmasin City. The study used a quantitative approach with multiple linear regression methods on 50 MSME respondents.

The results showed that partially, product added value and branding innovation had a positive and significant effect on MSME revenue, while production capacity and visual communication design had no significant effect. Simultaneously, all independent variables had a significant effect on MSME revenue. The Adjusted R Square value of 0.774 indicates that 77.4% of the variation in revenue can be explained by the research model.

This study concludes that the increase in MSME revenue is more influenced by the creation of added value and branding innovation than by increasing production capacity alone.

Keywords: *Product added value, branding innovation, production capacity, visual communication design, culinary MSME revenue.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai tambah produk, inovasi branding, kapasitas produksi, dan desain komunikasi visual terhadap pendapatan UMKM Kuliner di Kota Banjarmasin. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear berganda terhadap 50 responden pelaku UMKM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial nilai tambah produk dan inovasi branding berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM, sedangkan kapasitas produksi dan desain komunikasi visual tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,774 menunjukkan bahwa 77,4% variasi pendapatan dapat dijelaskan oleh model penelitian.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan pendapatan UMKM lebih dipengaruhi oleh penciptaan nilai tambah dan inovasi branding dibandingkan peningkatan kapasitas produksi semata.

Kata kunci: Nilai tambah produk, inovasi branding, kapasitas produksi, desain komunikasi visual, pendapatan UMKM Kuliner.

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iv
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
SERTIFIKAT JURNAL	vi
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRACT	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Sistematika Pembahasan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Grand Theory	12
2.1.1.1. Teori Pembangunan Ekonomi	12
2.1.1.2. Teori Transformasi Struktural	14
2.1.1.3. Teori Inovasi Schumpeter	16
2.1.2. Middle Theory	17
2.1.2.1. Teori Pendapatan	17
2.1.2.2. Teori Profit	19
2.1.2.3. Teori <i>Value Chain</i>	20
2.1.2.4. Teori Branding	22
2.1.2.5. Teori Kapasitas Produksi	24
2.1.2.6. Teori Ekonomi Kreatif	27
2.1.3. Applied Theory	30
2.1.3.1. Nilai Tambah Produk	30

2.1.3.2. Inovasi Branding	32
2.1.3.3. Kapasitas Produksi	34
2.1.3.4. Desain Komunikasi Visual	36
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu	39
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	45
3.1. Kerangka Konseptual	45
3.2. Hipotesis Penelitian	46
BAB IV METODE PENELITIAN	48
4.1. Jenis Penelitian	48
4.2. Jenis dan Sumber Data	49
2.1.4. 4.2.1. Data Primer	49
2.1.5. 4.2.2. Data Sekunder	49
4.3. Lokasi dan Waktu Penelitian	49
4.4. Definisi Operasional Variabel	50
4.5. Teknik Pengumpulan Data	54
4.6. Populasi dan Sampel Penelitian	55
4.7. Teknik Analisis Data	57
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
5.1. Gambaran Umum dan Obyek Penelitian	61
5.2. Hasil dan Analisis	62
5.3. Implikasi Hasil Penelitian	83
BAB VI PENUTUP	87
6.1. Kesimpulan	87
6.2. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	95