

PENGARUH JARINGAN USAHA, INOVASI PRODUK, DAN PERSAINGAN USAHA TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA UMKM

Pinta Rohmada Rahayu¹, Nur Hidayah²

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: pintamunthe27@gmail.com

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta*

Email: nurh@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 22-01-2023, revisi: 20-02-2023, diterima untuk diterbitkan: 10-03-2023

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi karena adanya perubahan yang semakin maju dalam kehidupan masyarakat yang menginginkan segala sesuatu dengan mudah dan cepat, termasuk kebutuhan akan bumbu giling. Peluang usaha dari bumbu giling ini masih luas dan berkembang di kalangan banyak pengusaha kuliner dan hal ini dapat dimanfaatkan sebagai target pasar yang menguntungkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh jaringan usaha, inovasi produk, dan persaingan usaha terhadap perkembangan UMKM bumbu giling di Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan dengan teknik kuesioner yang tersedia dari berbagai pelaku usaha bumbu giling. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelaku usaha bumbu giling di Jakarta Selatan. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 60 responden pelaku usaha bumbu giling di Jakarta Selatan. Tiga hipotesis diformulasikan dan diuji menggunakan *software* SmartPLS versi 3.3.3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jaringan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM, dan persaingan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM. Peneliti menyarankan agar pelaku usaha bumbu giling di Jakarta Selatan mampu meningkatkan kerjasama dengan para pemasok lebih banyak lagi, mendesain produk dengan memiliki keunikan tersendiri, dan meningkatkan daya saing agar tetap unggul terhadap keberadaan pesaing.

Kata Kunci: jaringan usaha, inovasi produk, persaingan usaha, perkembangan UMKM

ABSTRACT

The background of this research is because there are increasingly advanced changes in people's lives who want everything easily and quickly, including the need for ground spices. The business opportunity from ground spices is still wide and growing among many culinary entrepreneurs and this can be used as a profitable target market. The purpose of this study was to determine the effect of business networks, product innovation, and business competition on the development of MSMEs in South Jakarta ground spices. This study uses a descriptive method with a quantitative approach. Data were collected using a questionnaire technique available from various ground spices business actors. The population in this study are ground spice businesses in South Jakarta. The sampling method in this study was non-probability sampling with the sampling technique namely purposive sampling. The number of samples used in this study were 60 respondents in the ground spice business in South Jakarta. Three hypotheses were formulated and data was processed using SmartPLS software version 3.3.3. The results of this study indicate that business networks have a positive and significant effect on the development of SMEs, product innovation has a positive and significant effect on the development of SMEs and business competition has a positive and significant effect on the development of SMEs. Researchers suggest that ground spices businesses in South Jakarta are able to increase collaboration with more suppliers, design products with their own uniqueness, and increase competitiveness in order to remain ahead of competitors.

Keywords: business network, product innovation, business competition, MSME development

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Sektor pertanian di Indonesia terus memberikan dampak positif bagi perekonomian Indonesia Badan Pusat Statistik (2017). Perubahan yang semakin maju dalam kehidupan masyarakat terjadi karena adanya kebutuhan masyarakat yang menginginkan segala sesuatu dengan mudah dan cepat, termasuk kebutuhan akan bumbu giling Sijabat (2021). Peluang usaha dari bumbu giling ini masih luas dan berkembang di kalangan banyak pengusaha kuliner dan hal ini bisa dimanfaatkan sebagai target pasar yang menguntungkan (Sitinjak & Nainggolan, 2019).

Berikut jumlah UMKM Provinsi DKI Jakarta Menurut Kabupaten/Kota, 2016 yang telah di *update* pada tanggal 12 September 2022.

Tabel 1. Jumlah UMKM Provinsi DKI Jakarta

Kabupaten/Kota	Jumlah
Kepulauan Seribu	3.735
Jakarta Selatan	224.245
Jakarta Timur	252.953
Jakarta Pusat	147.745
Jakarta Barat	305.076
Jakarta Utara	217.326
Total	1.151.080

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

UMKM merupakan usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Berdasarkan Undang-Undang nomor 20 Tahun 2008, usaha mikro adalah usaha produktif milik badan usaha atau perorangan dengan jumlah aset maksimal 0 sampai Rp 50 juta dan omzet total 0 sampai 300 juta (Herman & Nohong, 2022).

Salah satu cara agar dapat meningkatkan lapangan kerja yaitu dengan mengembangkan industri, khususnya industri padat karya. Menurut Lestari *et al.* (2015), di Kabupaten Sidenreng Rappang terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM yaitu perluasan jaringan usaha, inovasi produk, dan persaingan usaha untuk pengembangan UMKM.

Minimnya ketersediaan informasi pasar dan masih belum optimalnya produk UMKM sampai ke tangan konsumen dapat disebabkan oleh lemahnya atau kurang optimalnya jaringan bisnis pendukung bisnis UMKM (Herman & Nohong, 2022).

Menurut Herman & Nohong (2022), inovasi produk juga menjadi salah satu faktor yang meningkatkan kinerja UMKM. Inovasi merupakan jiwa suatu perusahaan untuk dikembangkan, inovasi dapat dikembangkan dimana saja dan oleh siapa saja, tidak hanya perusahaan besar yang berinovasi, tetapi juga perusahaan kecil harus berinovasi demi keberlangsungan bisnisnya. Inovasi yang harus diciptakan oleh perusahaan adalah inovasi yang tidak mudah ditiru, memiliki nilai tersendiri, dan tidak dapat digantikan oleh nilai lain (Utama *et al.*, 2020).

Selain dua faktor tersebut, persaingan usaha juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) karena persaingan dalam dunia bisnis mendorong para pelaku usaha untuk lebih efisien dan meningkatkan kualitas produk untuk bersaing dengan perusahaan lain dan pelanggan merasa puas dengan produknya. (Anggraini *et al.*, 2020).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka dari itu penelitian ini untuk membantu pelaku usaha Bumbu Giling di Jakarta Selatan untuk dapat meningkatkan perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan usaha terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Bumbu Giling Jakarta Selatan.”

Kajian Teori

Resource Based-View (RBV). Teori *Resource Based View* (RBV) dipelopori pertama kali oleh Wernerfelt (1984) dan kemudian dikembangkan oleh Barney (1991) RBV merupakan salah satu teori terapan dari strategi manajemen SDM yang banyak digunakan untuk mengembangkan model yang dapat digunakan untuk merumuskan prediksi dan asumsi tentang dampak pemanfaatan sumber daya terhadap kinerja organisasi. Prinsip *Resource Based View* terkait dengan teori keunggulan kompetitif. Mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan mengharuskan perusahaan untuk mendapatkan pendapatan. Selain itu, ini berfokus pada bagaimana perusahaan mencapai dan mempertahankan keunggulan (Dasuki, 2021).

Kewirausahaan. Kewirausahaan dapat menjadi wadah untuk pengetasan kemiskinan di suatu negara, tetapi juga untuk menyediakan kesempatan kerja yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Shepherd *et al.* (2020). Ada beberapa alasan mengapa kewirausahaan dapat meningkatkan perekonomian negara. Dengan wirausahawan yang kreatif dan inovatif maka kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi tanpa perlu impor, dan impor terjaga sehingga dapat mendorong pembangunan ekonomi di Indonesia (Romanto & Hidayah, 2020).

Jaringan Usaha. Menurut Susilowati & Taufan (2013) jaringan usaha adalah kemampuan koneksi jaringan untuk menghubungkan para pelaku dengan berbagai usaha yang berbeda, seperti mitra bisnis, teman, agen, mentor, untuk mendapatkan sumber daya yang diperlukan, seperti informasi, uang, dukungan moral dari para pelaku jaringan. Jaringan usaha dapat diartikan sebagai suatu bentuk organisasi bidang ekonomi, yang digunakan untuk mengatur koordinasi antar unsur organisasi dan melaksanakan kerjasama (Lestari *et al.*, 2015).

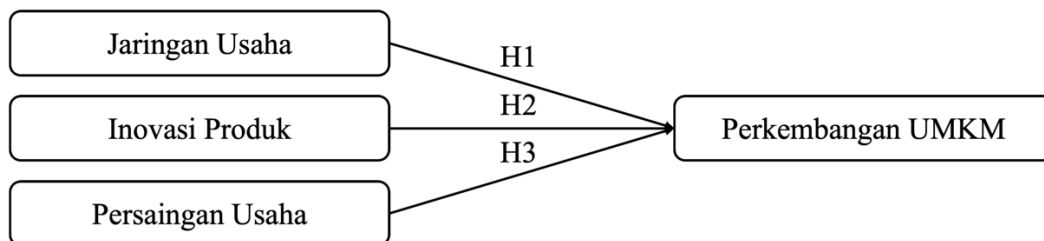
Inovasi Produk. Menurut Kalil & Aenurohman (2020), Inovasi produk harus mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam lingkungan dan pasar global yang berubah dengan cepat. Inovasi produk yang sukses membutuhkan proses yang tepat dan lingkungan yang mendukung. Inovasi merupakan produk, layanan, ide dan konsep baru Kabupaten Tabalong, sehingga perlu upaya mendorong perkembangan UMKM melalui teknologi informasi, dan inovasi produk untuk meningkatkan *volume* UMKM tersebut Avriyanti (2022).

Persaingan Usaha. Persaingan adalah ketika organisasi atau individu bersaing untuk mencapai tujuan yang diinginkan, seperti konsumen, pangsa pasar, evaluasi penelitian, atau sumber daya yang dibutuhkan Herman & Nohong (2022). Seiring dengan perkembangan zaman yang sangat pesat, menyebabkan persaingan bisnis semakin ketat. Dalam persaingan yang begitu ketat, pelaku UMKM menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan (Hizriah & Dian, 2022).

Pengembangan Usaha. Perkembangan usaha mikro kecil dan menengah dapat diukur dari peningkatan pendapatan yang dihasilkan. Perkembangan UMKM juga dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti jaringan usaha, inovasi produk, dan persaingan antar perusahaan, yang membantu mengembangkan kewirausahaan mereka dan kemampuan manajemen UMKM

Sumardi (2017). Perkembangan usaha mikro kecil dan menengah adalah keberhasilan menjalankan usaha, menangkap peluang usaha yang ada, berinovasi, menguasai pasar yang luas, berdaya saing, dan meningkatkan penjualan melalui kemampuan wirausaha yang luas (Anggraini *et al.*, 2020).

Model penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

Berdasarkan uraian pada gambar 1, maka terbentuk tiga hipotesis penelitian, yakni sebagai berikut:

H1: Jaringan Usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan usaha bumbu giling Jakarta Selatan.

H2: Inovasi Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan usaha bumbu giling di Jakarta Selatan.

H3: Persaingan Usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan usaha bumbu giling di Jakarta Selatan.

2. METODE PENELITIAN

Menurut Sekaran & Bougie (2016), desain penelitian adalah rencana untuk mengumpulkan, mengukur dan menganalisis data berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian dan dalam desain penelitian ada tiga jenis, yakni: desain penelitian eksploratif, deskriptif dan kausal. Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif adalah untuk menggambarkan sesuatu karakteristik seseorang, peristiwa atau situasi dengan pendekatan kuantitatif yaitu metode pengumpulan data berupa angka yang diperoleh dari tanggapan berupa kuesioner (Sekaran & Bougie, 2016). Tujuan penelitian sesuai dengan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh jaringan usaha, inovasi produk, dan persaingan usaha sebagai variabel independen terhadap perkembangan usaha sebagai variabel dependen dengan subjek penelitian ialah pelaku usaha bumbu giling Jakarta Selatan.

Populasi dalam penelitian ini yaitu pelaku usaha bumbu giling Jakarta Selatan dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 60 responden. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini yaitu *non-probability sampling* yaitu tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel Sugiyono (2018). Pendekatan pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel yang dibatasi pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan baik karena hanya memilikinya atau sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan (Sekaran & Bougie, 2016). Kriteria yang diperlukan dalam mengambil sampel, yaitu Pelaku usaha bumbu giling dan lokasi tempat usaha di Jakarta Selatan.

Instrumen atau metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah kuesioner, yakni teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan serangkaian pertanyaan atau

pernyataan tertulis kepada responden Sugiyono (2018). Pertanyaan atau pernyataan tersebut diberikan skor 1-5 berupa skala *likert*. Dalam penelitian ini, data kuesioner yang diperoleh disajikan *Software* Microsoft Excel dan diproses dengan *Software* Smart-Partial Least Square (Smart-PLS) versi 3.3.3 yang merupakan salah satu metode analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) atau disebut juga PLS-SEM. Menurut Sarstedt *et al.* (2017), analisis data penelitian ini dibagi menjadi dua bagian pengujian yaitu *outer model* dan *inner model*. *Outer Model Analysis* atau analisis model pengukuran diperlukan untuk memenuhi persyaratan validitas dan reliabilitas pada suatu variabel. Sementara itu, *Inner Model Analysis* atau analisis model struktural digunakan untuk menguji hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pertama, pengolahan dilakukan pada *outer model* untuk menguji validitas dan reliabilitas. Indikator lolos kualifikasi validitas jika nilai *loading factor* 0,5-0,7 maka valid Hair *et al.* (2018). Nilai AVE yang dipersyaratkan lebih besar dari 0,5 untuk lolos uji *convergent validity*. Dalam hal ini validitas diskriminan, nilai *outer loadings* yang dihasilkan pada variabel itu sendiri harus lebih besar dibandingkan pada variabel lainnya Hair *et al.* (2018). Analisis reliabilitas Malhotra (2010) nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* harus di atas 0,7 agar reliabel.

Kemudian, *inner model* dipakai untuk pengujian sebuah hipotesis yang dirumuskan. Kekuatan korelasi antar variabel diuji terlebih dahulu sebelum menguji hipotesis dengan melihat nilai *R-square* (R^2). Haryono (2017) menjelaskan nilai R^2 lebih besar atau setara dengan nilai 0,75 (pengaruh bersifat substansial), 0,50 (pengaruh bersifat moderat/sedang), dan 0,25 (pengaruh bersifat lemah). Uji *predictive relevance* (Q^2). Nilai Q^2 lebih besar dari nol berarti model penelitian memiliki *predictive relevance*. Nilai Q^2 yang sama dengan 0 atau bahkan lebih kecil dari 0 maka model penelitian tidak memiliki *predictive relevance* Sarstedt *et al.* (2014). Analisis *effect size* (f^2). Sarstedt *et al.* (2017) menjelaskan jika sebesar 0,02, maka efek kecil. Namun, jika 0,15, maka efek sedang. Jika sebesar 0,35, efek besar, dan jika nilainya kurang dari 0,02, tidak memiliki efek. Kemudian nilai GoF (*Goodness of Fit*). Garson (2016) menjelaskan nilai GoF 0,01 disebut GoF *small*, jika nilai GoF 0,25 disebut GoF *medium*, dan jika nilai GoF 0,36 disebut GoF *large*. Selanjutnya uji hipotesis. *Cut off value* yang digunakan untuk *t-statistics* adalah 1,96 dan *p-values* 0,05 di mana hipotesis alternatif akan tidak ditolak jika nilai *t-statistics* > 1,96 dan *p-values* < 0,05.

Hasil uji validitas dan reliabilitas pada data yang diperoleh menghasilkan bahwa seluruh indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah valid dan reliabel. Kemudian Perkembangan UMKM dipengaruhi secara moderat oleh jaringan usaha, inovasi produk, dan persaingan usaha. Selanjutnya, model penelitian ini memiliki *predictive relevance*. Lebih lanjut, jaringan usaha berefek sedang pada perkembangan UMKM. Inovasi produk memiliki efek kecil pada perkembangan UMKM. Dan Persaingan usaha memiliki efek sedang pada perkembangan UMKM. GoF pada model penelitian ini moderat. Ketiga hipotesis diterima.

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis (*Path Coefficient*)

Variabel	Sampel Asli (O)	t-statistik	p-values	Kesimpulan
Jaringan Usaha → Perkembangan UMKM	0,317	3,232	0,001	Diterima
Inovasi Produk → Perkembangan UMKM	0,269	2,774	0,006	Diterima
Persaingan Usaha → Perkembangan UMKM	0,376	3,676	0,000	Diterima

Diskusi dan Pembahasan

Responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 responden pelaku usaha bumbu giling Jakarta Selatan. Berdasarkan hasil penelitian, jaringan usaha memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM, dengan nilai sampel asli sebesar 0,317, nilai *t*-statistik sebesar 3,232, dan nilai *p-values* sebesar 0,001. Ini disebabkan karena pelaku usaha bumbu giling Jakarta Selatan sudah mengupayakan perkembangan UMKM dalam memperluas jaringan usaha. Hasil penelitian ini didukung oleh Anggraini *et al.* (2020), yang menyatakan bahwa jaringan usaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha. Artinya, pemangku kepentingan UMKM didorong untuk bekerja sama dengan pemasok, lembaga keuangan, pekerja, dan perantara untuk memungkinkan pengembangan bisnis. Semakin banyak jaringan usaha yang dapat dibangun oleh UMKM, maka bisnis tersebut akan semakin berkembang. Didukung juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Herman & Nohong (2022), dalam artikelnya menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara jaringan usaha terhadap perkembangan UMKM. Artinya, semakin banyak hubungan kerjasama baru yang terjalin dengan semakin banyak pemasok dan perantara, maka semakin besar pula peluang para pelaku UMKM untuk memilih bahan baku dan bahan penolong yang terjangkau, berkualitas tinggi untuk meningkatkan penjualan produk.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Giawa & Pasaribu (2021), yang menyatakan bahwa jaringan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha mitra binaan PT. Pegadaian Cabang Labuan Deli. Disimpulkan bahwa jaringan usaha memiliki pengaruh dalam meningkatkan perkembangan UMKM. Semakin besar jaringan bisnis suatu perusahaan, semakin baik perkembangan bisnisnya dan menjadi pendorong untuk membangun perusahaan yang berkelanjutan.

Berlanjut untuk variabel inovasi produk, hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM, dengan nilai sampel asli sebesar 0,269, nilai *t*-statistik sebesar 2,774, dan nilai *p-values* sebesar 0,006. Ini disebabkan karena pelaku usaha bumbu giling Jakarta Selatan sudah mengupayakan perkembangan UMKM dalam mengembangkan wawasan mengenai inovasi produk. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari *et al.* (2015), menyatakan bahwa inovasi produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM.

Dan sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Herman & Nohong (2022), dalam artikelnya menyatakan bahwa variabel inovasi produk mempunyai pengaruh terhadap perkembangan UMKM. Artinya, variabel inovasi produk memberi kontribusi sebesar 43,1% terhadap naik-turunnya perkembangan UMKM. Dapat disimpulkan bahwa inovasi produk memang memiliki pengaruh yang cukup besar dan tidak dapat dipisahkan dalam menjalankan suatu usaha agar dapat mengalami perkembangan bisnis.

Kemudian mengenai variabel persaingan usaha, berdasarkan hasil penelitian, persaingan usaha memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM, dengan nilai sampel asli sebesar 0,376, nilai *t*-statistik sebesar 3,676, dan nilai *p-values* sebesar 0,000. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari *et al.* (2015) yang menyatakan bahwa persaingan usaha berpengaruh negatif terhadap perkembangan UMKM. Dengan kata lain, ketika persaingan dalam suatu industri meningkat, profitabilitas rata-rata perusahaan yang bersaing dalam Lembaga tersebut menurun. Namun, penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anggraini *et al.* (2020) yang menyatakan

bahwa persaingan usaha secara parsial berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap perkembangan UMKM. Artinya, perusahaan yang bersaing dengan kompetitif maka berpengaruh besar terhadap profitabilitas perusahaan dan perkembangan. Persaingan usaha berkontribusi sebesar 20,7% semakin tinggi potensi suatu bisnis dalam bersaing di dunia bisnis, semakin besar peluangnya untuk berkembang dan bertahan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM harus selalu mewaspadai keberadaan pesaing dalam industri yang sama dan lebih meningkatkan daya saing perusahaannya agar tetap kompetitif.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti memiliki kesimpulan sebagai berikut:

- a. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada jaringan usaha terhadap perkembangan UMKM bumbu giling Jakarta Selatan.
- b. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada inovasi produk terhadap perkembangan UMKM bumbu giling Jakarta Selatan.
- c. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada persaingan usaha terhadap perkembangan UMKM bumbu giling Jakarta Selatan.

Setiap penelitian tentunya memiliki kelebihan dan kelemahannya masing-masing. Kelemahan yang ada dalam penelitian ini dapat diakibatkan oleh keterbatasan yang ada. Keterbatasan penelitian ini adalah:

- a. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah jaringan usaha, inovasi produk, persaingan usaha dan perkembangan UMKM bumbu giling Jakarta Selatan.
- b. Terdapat keterbatasan dalam jumlah sampel dimana penelitian ini hanya menggunakan 60 sampel karena keterbatasan waktu yang dimiliki oleh peneliti dalam pengumpulan sampel.

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, beberapa saran yang dapat diberikan yaitu, saran bagi pelaku usaha pada variabel jaringan usaha, UMKM diharapkan mampu meningkatkan kerja sama dengan para pemasok lebih banyak lagi agar dapat mencapai target sehingga dapat mengembangkan usaha. Pada variabel inovasi produk, yang masih perlu diperhatikan adalah indikator gaya dan desain produk, UMKM diharapkan mampu mendesain bentuk produknya agar produksi lebih menarik dan memiliki keunikan tersendiri dibandingkan kompetitor. Pada variabel persaingan usaha, UMKM harus meningkatkan daya saing agar tetap unggul dan waspada terhadap keberadaan pesaing di industri yang sama. Saran bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menganalisa perbedaan profil setiap responden agar hasil penelitian tersebut menjadi lebih optimal dan disarankan menambah variabel lain, misalnya kinerja usaha, orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan teknologi informasi.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada Ibu Nur Hidayah, S.E., M.M. dan Ibu Herlina Budiono yang telah meluangkan waktu dan kesabaran dalam penyusunan jurnal. Terima kasih kepada bapak dan ibu (Johnser Munthe & Sondang Sinaga) dalam memberikan dukungan dan doa selama proses penyusunan jurnal.

REFERENSI

Anggraini, Kadir, & Nohong. (2020). The Effect of Business Networks, Product Innovation, and Business Competition on the Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) In Boven Digoel District. *Hasanuddin Journal of Business Strategy*, 2(4), 53–63. <https://doi.org/10.26487/hjbs.v2i4.366>

- Avriyanti. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada UMKM Bidang Kuliner Di Kabupaten Tabalong). *PubBis: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 6(1), 61–73. <https://doi.org/10.35722/pubbis>.
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Pola Konsumsi Penduduk Provinsi Lampung*.
- Badan Pusat Statistik. (2022, September 12). *Jumlah dan Persentase UMK Provinsi DKI Jakarta Menurut Kabupaten/Kota, 2016*.
- Barney. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Dasuki. (2021). Manajemen Strategi: Kajian Teori Resource Based View. *Jurnal Ilmiah Manajemen, XII*. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i3.710>
- Garson. (2016). *Partial Least Squares: Regression and Structural Equation Models*. Statistical Associates Publishers.
- Giawa, & Pasaribu. (2021). Kinerja Usaha Sebagai Moderasi Jaringan Usaha Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Mitra Binaan Pegadaian Medan). *Journal of Economics and Business*, 2(2), 1–17. <https://doi.org/10.36655/jeb.v2i2.544>
- Hair, Risher, Sarstedt, & Ringle. (2018). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Haryono, S. (2017). Metode SEM untuk penelitian manajemen dengan AMOS LISREL PLS. *Luxima Metro Media*, 450.
- Herman, & Nohong. (2022). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 19(1), 1–19. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.18575>
- Hizriah, & Dian. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan UMKM Di Kelurahan Harjosari I Medan Amplas. *Movere Journal*, 4, 84–94.
- Kalil, & Aenurohman. (2020). Dampak Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Ukm Di Kota Semarang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 69–77. <https://doi.org/10.23917/humaniora.v21i1.8581>
- Lestari, Lubis, & Widayanto. (2015). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk Dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Studi Pada IKM Makanan Di Kecamatan Kuningan Kabupaten Kuningan Jawa Barat). *Jurnal Ilmu Administrasi*. <https://doi.org/10.14710/jiab.2015.8263>
- Malhotra. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation (sixth edition)*. Prentice Hall.
- Romanto, E. & Hidayah, N. (2020). Pengaruh Pengetahuan Dasar Dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Motivasi Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(2), 479–489. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i2.7942>
- Sarstedt, Hair, & Ringle. (2017). Partial least square structural equation modeling. *Springer International Publishing*, 13, 1–41. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-2
- Sarstedt, Ringle, Henseler, & Hair. (2014). On the emancipation of PLS-SEM: A commentary on Rigdon (2012). *Long Range Planning*, 47(3), 154–160. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2014.02.007>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Shepherd, Parida, & Wincent. (2020). Entrepreneurship and poverty alleviation: the importance of health and children’s education for slum entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1177/1042258719900774>

- Sijabat. (2021). Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science, 9 (1), Februari 2021. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 9(1), 62–69. <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v9i1.4815>
- Sitinjak, & Nainggolan. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Bumbu Giling Di Pasar Dwikora Kota Pemantang Siantar. *Jurnal Agrilink*, 8. <https://doi.org/10.36985/jak.v1i2.185>
- Sugiyono, N. (2018). *Memahami Penelitian Kualitatif (Bandung: CV. Alfabeta) Go to reference in article.*
- Sumardi. (2017). Peran Baitul Maal Wat Tamwil Husnayain Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam*, 1(1), 68–69. https://doi.org/10.22236/alurban_vol1/is1pp68-88
- Susilowati, & Taufan. (2013). *Pengembangan Jejaring Wirausaha dan Pembelajaran Eksploratif Sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Perekonomian Unit Usaha Kecil Menengah di Semarang Jejaring. 2013(November), 516–524.* <http://eprints.dinus.ac.id/id/eprint/5168>
- Utama, L., Widjaja, O. H., & Lego, Y. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Kompetitif Pada UKM Industri Kreatif Dengan Kapasitas Inovatif Sebagai Faktor Mediasi Dalam Masa Pandemic Covid-19. *Jurnal Bina Manajemen*, 9(1), 30–43. <https://doi.org/10.52859/jbm.v9i1.113>