

**PENGARUH JARINGAN USAHA, INOVASI PRODUK DAN PERSAINGAN USAHA TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO**

Oleh

Mita Kurnia Sari<sup>1</sup>, Sri Rejeki Ekasasi<sup>2</sup><sup>1,2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN YogyakartaE-mail: [srirejekiekasasi@gmail.com](mailto:srirejekiekasasi@gmail.com)**Article History:**

Received: 19-12-2023

Revised: 16-01-2024

Accepted: 22-01-2024

**Keywords:**Jaringan Usaha, Inovasi Produk,  
Persaingan Usaha Dan  
Perkembangan Usaha

**Abstract:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha terhadap perkembangan usaha mikro di Kabupaten Klaten. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey dengan sampel sebanyak 50 responden yang diambil menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan yang diolah dengan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel jaringan usaha tidak berpengaruh terhadap perkembangan usaha, variabel inovasi produk dan persaingan usaha berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Selain itu juga terdapat pengaruh secara simultan antara jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha terhadap perkembangan usaha mikro di Kabupaten Klaten.

**PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang sangat penting bagi perekonomian negara, karena 99,99% didominasi oleh populasi pelaku usaha sehingga mampu menyumbang PDB (Produk Domestik Bruto) sekitar 60% dan membuka lapangan kerja bagi masyarakat. Secara makro bisnis UMKM perlu dikembangkan karena memiliki keterkaitan industri yang cukup tinggi dalam menggerakkan sektor riil (Bank Indonesia, 2015). Berdasarkan perkembangannya, UMKM tidak mampu bersaing di pasaran karena memiliki kendala dalam manajemen usaha. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti: keunggulan produk, teknologi informasi, jaringan usaha, inovasi produk, persaingan usaha, Sumber Daya Manusia (SDM), dan pemasaran (Herman dan Nohong, 2022).

Meningkatnya jumlah konsumen yang mendukung peningkatan permintaan, khususnya terhadap produk kuliner sebagai kebutuhan primer, memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM di sektor makanan dan minuman untuk terus tumbuh dan berkembang (Nasution, dkk 2023). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Klaten yang mencatat persentase pengeluaran kelompok makanan per kapita sebulan di Kabupaten Klaten Tahun 2021, makanan dan minuman jadi atau *prepared food and beverages* menyumbang persentase tertinggi diantara kelompok komoditas lainnya sehingga industri ini mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan.

Dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya, para pelaku usaha masih menghadapi sejumlah kendala, seperti kurangnya pemanfaatan jaringan usaha yang mengakibatkan keterbatasan akses terhadap informasi pasar. Keterbatasan dalam menciptakan inovasi juga menyebabkan para pelaku usaha enggan untuk mengembangkan produk baru yang berpotensi mengurangi minat beli konsumen. Produk yang dihasilkan seringkali menghadapi persaingan yang ketat dengan produk dari usaha besar.

Penelitian yang dilakukan Rahayu dan Hidayah (2023) dan Herman dan Nohong (2022), memberikan hasil jaringan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nabella dan Winarso (2019), jaringan usaha tidak berpengaruh terhadap perkembangan usaha. Penelitian yang dilakukan Avriyanti (2022) dan Cen (2021), inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dharmawan dan Marsa (2019), inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha. Penelitian yang dilakukan Hsb dan Safina (2022) dan Anggraini, dkk (2020), persaingan usaha berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian Cerahwati (2020), yang menyatakan bahwa persaingan usaha tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perkembangan usaha.

Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, dan Perdagangan (DKUKMP) Kabupaten Klaten berperan

sebagai unit pelaksana teknis bertujuan menjalankan urusan pemerintahan dengan fokus pada pencapaian tujuan, yaitu meningkatkan dan mengembangkan ekonomi wilayah agar lebih produktif, inovatif, kreatif, dan berdaya saing. Fungsi sub-koordinator pemberdayaan Usaha Mikro Kecil : (1) Memonitor program pemberdayaan UMKM; (2) Mengawasi pelaksanaan program pengembangan UMKM, dengan fokus pada pengembangan usaha mikro untuk meningkatkan skala usaha menjadi usaha kecil (<https://dkukmp.klaten.go.id/profil>).

Fenomena dan *research gap* diatas menarik untuk diteliti, khususnya untuk pelaku usaha mikro bidang olahan makanan dan minuman di Kabupaten Klaten. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pengaruh jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha terhadap perkembangan usaha di Kabupaten Klaten.

#### LANDASAN TEORI

Menurut Rizky, dkk (2022), perkembangan usaha adalah semua Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan pelaksanaan pekerjaan saat ini dan di masa depan, serta pengembangan diri yang dapat membantu mencapai tujuan organisasi. Indikator dari perkembangan usaha adalah: peningkatan pendapatan, peningkatan jumlah pelanggan, peningkatan kualitas produk, dan peningkatan SDM. Dari beberapa penelitian dinyatakan banyak faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha, seperti jaringan usaha (Alifah, 2015; Irawan, 2020; dan Herman & Nohong, 2022), inovasi produk (Abdul, dkk, 2018; Avriyanti, 2022; Iqnatia, dkk 2021; dan Cen, 2021), serta persaingan usaha (Muhardi, 2007; Anggraini, dkk, 2020; dan Hsb dan Safina, 2022).

Jaringan usaha bisa menjadi pengaruh terhadap perkembangan usaha. Menurut Alifah (2015), jaringan usaha adalah interaksi dalam berhubungan dengan individu, organisasi, atau institusi terkait kegiatan usaha. Menurut Irawan (2020), jaringan usaha (*business networks*) adalah kerjasama usaha dengan pihak ketiga untuk menjalankan usahanya secara efektif dan efisien sehingga produktivitas dan daya saing dapat tercapai.

Menurut Herman dan Nohong (2022), jaringan usaha adalah hubungan bisnis yang dibentuk dengan mitra antara pelanggan, pemasok, pesaing dan pemerintah yang akan membantu pelaku usaha mengembangkan ide serta pemasaran produk yang dihasilkan. Jadi, jaringan usaha merupakan hubungan kerjasama dengan para *stakeholders* untuk menjalankan suatu bisnis agar tetap berkembang. Indikator jaringan usaha terdiri dari jaringan pemasaran, jaringan pelayanan, jaringan Kerjasama dan jaringan kelompok usaha.

Penelitian Rahayu dan Hidayah (2023), Herman dan Nohong (2022) dan Giawa, dkk (2021) mengatakan bahwa jaringan usaha memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM.

*H1: Jaringan Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha Mikro di Kabupaten Klaten.*

Menurut Kotler dan Keller (2016), inovasi produk adalah menciptakan pilihan baru yang belum dilakukan pesaing sebelumnya dengan menggabungkan proses yang dapat mengubah cara operasi bisnis. Herman dan Nohong (2022), mendefinisikan inovasi produk sebagai proses menciptakan keunggulan kompetitif melalui pembuatan produk baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga memunculkan minat beli dan mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan Abdul, dkk (2018), menyatakan bahwa Inovasi produk dapat mempengaruhi perkembangan usaha dan menjadi salah satu strategi penting untuk mendapatkan nilai tambah, karena dengan menghasilkan produk yang inovatif dan berkualitas, perusahaan dapat meraih keunggulan kompetitif. Indikator dari inovasi produk adalah produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan pada lini produk yang telah ada, dan perbaikan dan revisi produk yang telah ada.

Penelitian Avriyanti (2022), menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap perkembangan usaha. Menurut Iqnatia, dkk (2021), diketahui bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha. Sedangkan menurut Cen (2021), inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha.

*H2: Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha Mikro di Kabupaten Klaten.*

Persaingan usaha adalah bagian dari fungsi operasi yang tidak hanya berfokus di dalam perusahaan tetapi juga di luar perusahaan, dengan proaktif menanggapi pasar yang menjadi sasaran bisnis (Muhardi, 2007). Persaingan adalah ketika orang atau organisasi bersaing untuk mencapai tujuan tertentu, seperti mencari konsumen, pangsa pasar, atau akses ke sumber daya (Anggraini, 2020) dan (Herman dan Nohong, 2022). Berikut adalah indikator persaingan usaha, yang terdiri dari biaya, kualitas, waktu penyampaian, dan fleksibilitas.

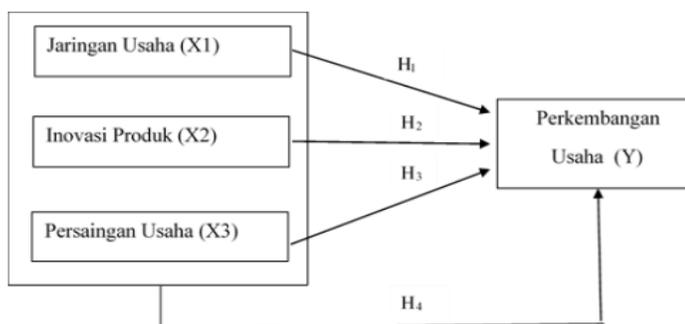
Dari penelitian Hsb dan Safina (2022), diketahui bahwa persaingan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM. Sedangkan menurut penelitian Anggraini, dkk (2020), diketahui bahwa *business competition partially have a significant effect on the development of small and medium enterprises*.

*H3: Persaingan Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha Mikro di Kabupaten Klaten.*

Perkembangan usaha dipengaruhi oleh faktor jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha. Pelaku UMKM harus tetap meningkatkan daya saing mereka agar tetap unggul dalam persaingan. Beberapa diantaranya melalui perluasan jaringan usaha, meningkatkan inovasi produk agar produk mereka memiliki keunikan yang membedakannya dengan produk pesaing (Herman dan Nohong, 2022).

Pengaruh jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha terhadap perkembangan usaha didukung oleh penelitian (Herman dan Nohong, 2022), membuktikan bahwa jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha secara bersama-sama berpengaruh terhadap perkembangan UMKM. Menurut Anggraini, dkk (2020) dalam penelitiannya membuktikan bahwa *simultaneously the variables of Business Network, Product Innovation and Business Competition have a significant effect on the variable Business Development*. Demikian pula menurut penelitian Lestari dan Lubis (2015), jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah.

*H4: Jaringan Usaha, Inovasi Produk dan Persaingan Usaha secara simultan berpengaruh terhadap Perkembangan Usaha Mikro di Kabupaten Klaten.*



Gambar 2. 1

Kerangka Penelitian

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan sampel yang digunakan adalah pelaku usaha mikro binaan DKUKMP Kabupaten Klaten. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang diisi melalui *Google form* yang dianalisis dengan pendekatan statistik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non probability sampling*, dengan penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sampel yang dipilih adalah (1) pelaku usaha mikro binaan DKUKMP Kabupaten Klaten, (2) pelaku usaha mikro pada industri makanan dan minuman. Jumlah sampel terkumpul 50 responden dan semuanya memenuhi syarat untuk diolah lebih lanjut. Berdasarkan usia, responden yang berusia 45 - 55 tahun lebih dominan dengan persentase 30%. Berdasarkan jenis kelamin, responden wanita lebih banyak daripada pria dengan persentase 84%. Berdasarkan tingkat pendidikan, responden sebagian besar memiliki pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA). Berdasarkan jumlah tenaga kerja, responden sebagian besar memiliki tenaga kerja 1 orang. Berdasarkan lama usaha, responden sebagian besar memiliki lama usaha 2 - 5 tahun dengan persentase sebesar 56%.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Beberapa uji yang dilakukan antara lain uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi dasar (normalitas), uji asumsi klasik (multikolinieritas dan heteroskedastisitas), uji hipotesis parsial (uji t) dan simultan (uji F) serta uji koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*).

**HASIL DAN PEMBAHASAN****Uji Instrumen**

Dalam uji validitas, butir pernyataan kuesioner dikatakan valid diukur dengan kriteria bila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (Priyatno, 2016). Sedangkan untuk uji reliabilitas, variabel yang digunakan dalam penelitian dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach Alpha  $\geq$  0,70 (Ghozali, 2021). Hasil analisis menunjukkan seluruh indikator dari semua variabel memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  table 0,279, sehingga data dapat dikatakan memenuhi kriteria validitas. Begitu pula dengan reliabilitas, seluruh indikator variabel memiliki nilai Cronbach's alpha  $\geq$  0,70, maka data yang digunakan adalah reliabel atau konsisten.

**Uji Asumsi Dasar dan Uji Asumsi Klasik**

Pengujian dengan Liliefors Kolmogorov-Smirnov, apabila nilai signifikansi  $>$  0,05 data berdistribusi normal maka data tersebut memenuhi asumsi normalitas (Priyatno, 2016). Hasil test nilai signifikansi (Asymp. Sig) sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 berarti variabel-variabel tersebut terdistribusi normal.

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melihat nilai Tolerance dan VIF pada hasil regresi linear. Jika tolerance lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas (Priyatno, 2016). Hasil analisis didapatkan nilai tolerance dari variabel jaringan usaha (X1) = 0,661, inovasi produk (X2) = 0,493 persaingan usaha (X4) = 0,574. Hasil tersebut nilainya lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, oleh sebab itu disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas.

Untuk Uji heteroskedastisitas ditentukan dengan apabila nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual  $>$  0,05 tidak terjadi masalah heterokedastisitas (Priyatno, 2016). Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi variabel X1 sebesar 0,415, variabel X2 sebesar 0,918, variabel X3 sebesar 0,972, lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Metode analisis untuk memahami hubungan antara variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen dengan menggunakan persamaan linear (Priyatno, 2016). Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk melihat hubungan antara ketiga variabel independen yakni jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha dengan variabel dependen perkembangan usaha.

**Tabel 1 . Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5,997	3,256		1,842	,072
	Jaringan Usaha	,007	,086	,009	,083	,934
	Inovasi Produk	,405	,121	,435	3,347	,002
	Persaingan Usaha	,421	,119	,427	3,546	,001

a. Dependent Variable: Perkembangan Usaha

Berdasarkan tabel diatas nilai-nilai koefisien dapat dimasukkan dalam persamaan:

$$Y' = 0,009X_1 + 0,435X_2 + 0,427X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Perkembangan Usaha

X1= Variabel jaringan usaha

X2= Variabel inovasi produk

X3= Variabel persaingan usaha

e = Standard error

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Koefisien regresi variabel jaringan usaha (X1) sebesar 0,009 bernilai positif artinya hubungan antara variabel jaringan usaha (X1) dengan perkembangan usaha (Y) adalah searah.
- 2) Koefisien regresi variabel inovasi produk (X2) sebesar 0,435 bernilai positif artinya hubungan antara variabel inovasi produk (X2) dengan perkembangan usaha (Y) adalah searah.
- 3) Koefisien regresi variabel persaingan usaha (X3) sebesar 0,427 bernilai positif artinya hubungan antara variabel persaingan usaha (X1) dengan perkembangan usaha (Y) adalah searah.

### Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Kriteria penilaian yang digunakan dalam uji ini jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka hipotesis diterima, jika nilai signifikansi  $> 0,05$  hipotesis ditolak (Priyatno, 2016). Berdasarkan tabel 1 diperoleh hasil pada pengujian:

- 1) Variabel jaringan usaha memiliki nilai signifikansi 0,934 lebih besar dari 0,05, artinya variabel jaringan usaha secara parsial tidak berpengaruh terhadap perkembangan usaha. H1 ditolak.
- 2) Variabel inovasi produk memiliki nilai signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05, artinya variabel inovasi produk secara parsial berpengaruh terhadap perkembangan usaha. H2 diterima.
- 3) Variabel persaingan usaha memiliki nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05, artinya variabel persaingan usaha secara parsial berpengaruh terhadap perkembangan usaha. H3 diterima.

Dari hasil analisis regresi (+0,009) dan uji parsial t (nilai signifikansi 0,934  $> 0,05$ ), menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel jaringan usaha terhadap perkembangan usaha mikro di Kabupaten Klaten. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang diajukan (H1) tidak terbukti. Hasil dari penelitian ini tidak mendukung penelitian dari Rahayu dan Hidayah (2023), Herman dan Nohong (2022) dan Giawa, dkk (2021) yang menunjukkan bahwa jaringan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM.

Dari hasil analisis regresi (+0,435) dan uji parsial t (nilai signifikansi 0,002  $< 0,05$ ), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel inovasi terhadap perkembangan usaha mikro di Kabupaten Klaten. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang diajukan (H2) terbukti. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari Cen (2021), dengan hasil menunjukkan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha.

Dari hasil analisis regresi (+0,427) dan uji parsial t (nilai signifikansi 0,001  $< 0,05$ ), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel persaingan usaha terhadap perkembangan usaha mikro di Kabupaten Klaten. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang diajukan (H3) terbukti. Hasil dari penelitian ini didukung penelitian dari Hsb dan Safina (2022), Anggraini, 2020 dan Herman & Nohong, 2022 dengan hasil menunjukkan persaingan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usahaUMKM.

### Uji F (Simultan)

Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha terhadap perkembangan usaha secara simultan, dengan kriteria sebagai berikut: Hipotesis diterima jika signifikansi  $< 0,05$ . Hasil perhitungan diketahui nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000  $< 0,05$ ), dengan demikian  $H_4$  diterima.

Dari hasil uji F (simultan) menunjukkan jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha secara bersama-sama berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro di Kabupaten Klaten. H4 Terbukti. Hasil penelitian ini didukung penelitian Herman & Nohong (2022), Anggraini, dkk (2020) dan Lestari dan Lubis (2015), dengan hasil menunjukkan persaingan jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha secara bersama-sama berpengaruh terhadap perkembangan usaha UMKM.

### Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>)

Pengujian ini bertujuan untuk menilai sejauh mana variabel bebas memengaruhi variabel terikat. Jika koefisien determinasi dalam model regresi terus menurun atau mendekati nol, menunjukkan pengaruh yang semakin kecil dari semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai mendekati 100%, menandakan pengaruh yang semakin besar dari semua variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2021). Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai R<sup>2</sup> (*adjusted R square*) adalah 0,592. Artinya variabel jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha dapat mempengaruhi perkembangan usaha mikro di Kabupaten Klaten sebesar 59,2%, sedangkan sisanya 40,8% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

### KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel jaringan usaha tidak berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro di Kabupaten Klaten. Sedangkan variabel inovasi produk dan persaingan usaha berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan usaha mikro di Kabupaten Klaten. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa secara simultan variabel jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha berpengaruh terhadap perkembangan usaha mikro di Kabupaten Klaten. Kontribusi pengaruh jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha terhadap perkembangan usaha mikro di Kabupaten Klaten sebesar 59,2%.

Keterbatasan penelitian ini adalah pada variabel independen dan keluasan wilayah, serta keragaman jenis usaha yang dilakukan UMKM. Saran yang dapat diberikan bagi: (1) pelaku usaha mikro di Kabupaten Klaten diharapkan terus memperluas jaringan usaha karena tanpa jaringan usaha, usaha tidak akan berkembang dan tidak bertahan ditengah persaingan bisnis. (2) DKUKMP Kabupaten Klaten harus memperhatikan jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha karena tertuang dalam Peraturan Daerah Kabupaten Klaten Nomor 11 Tahun 2018 Tentang Pemberdayaan Usaha Mikro. (3) peneliti selanjutnya dapat meneliti variabel-variabel yang belum digunakan, seperti variabel kualitas sumber daya manusia, peran pemerintah, media sosial, karakteristik wirausaha, pengambilan resiko, dan teknologi.

#### PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terima kasih kami sampaikan kepada Dinas Koperasi, Usaha kecil Menengah dan Perdagangan (DKUKMP), UMKM Binaan DKUKMP, dan STIM YKPN Yogyakarta yang telah menyediakan data, menjadi responden dan mendanai penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdjul, R., Soegoto, A. S., & Soepeno, D. (2018). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pproduk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Pada PT.Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*, 6, 3553–3562.
- [2] Alifah, W. N. (2015). Analisis Pengaruh Orientasi Wirausaha, Kapabilitas Pencitraan Terhadap Jaringan Usaha, Dan Keunggulan Bersaing Serta Dampaknya Pada Kinerja Perusahaan. *Jurnal Riset Ilmu Pemasaran Perhimpunan Ilmuwan Pemasaran Indonesia Indonesian Marketing Academy-IMARC*, 1, 1–24.
- [3] Anggraini, N. (2020). *Effect Of Business Network, Product Innovation And Business Competition On Development Of Middle Small Businesses In Boven Digoel Regency*.
- [4] Anggraini, R., Kadir Abd, R., & Nohong, M. (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 Business Strategy*, 02, 53–63. <https://doi.org/10.26487/hjbs.v2i4>
- [5] Avriyanti, S. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada UMKM Bidang Kuliner Di Kabupaten Tabalong). *JurnalPubis*, 6(1), 61–73. <https://doi.org/10.35722/pubbis.v6i1.582>
- [6] Bank Indonesia. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Kerjasama Lppi Dengan Bank Indonesia Tahun 2015*.
- [7] Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & D., B. S. (2021). *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- [8] Cen, C. C. (2021). Pengaruh Iklan di Media Sosial dan Inovasi Produk Terhadap Perkembangan Usaha. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 08, 123–126. <https://doi.org/10.22487/ejk.v7i2.56>
- [9] Cerahwati, I. (2020). *Pengaruh Teknologi Dan Persaingan Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pusat Layanan Usaha Terpadu KUMKM Sumatera Utara*. 1–109.
- [10] Dharmawan Pradhana I. P., & Marsa Yella M. D. (2019). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang Di Pasar Seni Guwang Sukawati. *Ejurnal Binawakya*, 14, 1915–1922.
- [11] Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- [12] Giawa, C., Pasaribu, R. M., & S Pasaribu, H. D. (2021). Kinerja Usaha Sebagai Moderasi Jaringan Usaha Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Mitra Binaan Pegadaian Medan). *Journal Of Economics and Business*, 02, 01–17. <http://jurnal.uhn.ac.id/index.php/ekonomibisnis>
- [13] Herman, B., & Nohong, M. (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>
- [14] Hsb, A. H., & Safina, W. D. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Persainganusaha Terhadap Perkembangan Umkm Di Kelurahan Harjosari I Medan Amplas. *Movere Journal*, 84–94.
- [15] Iqnatia, Y., Nurmatias, & Pangestuti, D. C. (2021). Menengah The Effect Of Financial Literation, Innovation,

- And The Role Of The Government On The Development Of Small And Medium Enterprises. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(2), 213–228.
- [16] Irawan, D. (2020). Peningkatan Daya Saing Usaha. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, XI, 103–116.
- [17] Juliana. (2019). Pengaruh Inovasi Dan Pengambilan Risiko Terhadap Perkembangan Wirausaha Muda Dalam Bidang Kuliner Di Wilayah Binong Tangerang. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 10, 1–12.
- [18] Klaten, BPS. (2022). *Kabupaten Klaten Dalam Angka 2022*.
- [19] Klaten, Bupati. (2018). *Peraturan Daerah Kabupaten Klaten Nomor 11 Tahun 2018 Tentang Pemberdayaan Usaha Mikro*.
- [20] Klaten, RKPD. (2021). Retrieved December 15, 2023, from <https://file-bappeda.klaten.go.id/RKPD-2021/index.html#p=145>
- [21] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- [22] Lestari, C., & Lubis, N. (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).
- [23] Muhardi. (2007). *Strategi Operasi: untuk Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [24] Nabella, & Winarso, B. S. (2019). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Sumber Daya Manusia, Jaringan Usaha Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Umkm Batik (Studi pada UMKM Batik diKampung Batik Ngasem DIY).
- [25] Nasution, A. S., Hasibuan, D. N., Dalimunthe, W. M., & Silalahi, P. R. (2023). Peningkatan Kinerja Industri Makanan dan Minuman Melalui Transformasi Digital di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 1, 165–176.
- [26] OSS - Sistem Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik. (2020). Retrieved December 15, 2023, from <https://oss.go.id/informasi/kbli-kategori/5d3a17dc-6cec-49d6-86e7-acb2b154c221>
- [27] Pemerintah, P. (2022). *Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja*.
- [28] Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Gaya Media.
- [29] Profil - Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Dan Perdagangan. (2020). Retrieved December 15, 2023, from <https://dkukmp.klaten.go.id/profil>
- [30] Rahayu, P. R., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, Dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05(02), 448–456.
- [31] Rizky, A. I., Kusumadewi, R., & Saefulloh. Eef. (2022). Pengaruh Pelatihan dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Pada UMKM di Kecamatan Cigugur). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3, 361–376.
- [32] Sari, S. D., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Dan Jaringan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Ikm Rotan Di Balarjosari Kecamatan Blimbing Kota Malang). *JIAGABI*, 9, 85–93.
- [33] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV.Afabeta.
- [34] Wiyono, G. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 25 & sMARTpls 3.2.8 Edisi Kedua*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN