

Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Bahtiar Herman¹, Mursalim Nohong²

¹Departement of Entrepreneurship, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah Sidenreng Rappang University, Indonesia

²Department of Management, Faculty of Economics and Business, Hasanuddin University, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

ISSN: 2579-7204 (Online)
ISSN: 0216-4132 (Print)
DOI: 10.26487/jbmi.v19i1.18575

SUBMISSION TRACK

Received: 1 November 2021
Final Revision: 26, May, 2022
Available Online: date, month, year

KATA KUNCI

Jaringan Usaha; Inovasi Produk; Persaingan Usaha; Usaha Mikro; Usaha Kecil; Usaha Menengah.

KEYWORD

Business Networks; Product Innovation; Business Competition; Micro Enterprises; Small Enterprises; Medium Enterprises

CORRESPONDENCE

Phone: 081366363377
E-mail: bahtiarherman.bh@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan suatu unit usaha dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh jaringan usaha, Inovasi Produk dan persaingan usaha terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Sidenreng Rappang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksplanatori dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel sebanyak 40 UMKM yang diambil menggunakan teknik *disproportionate stratified random sampling* dan *simple random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: jaringan usaha, Inovasi Produk dan persaingan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan kinerja UMKM di Kabupaten Sidenreng Rappang.

ABSTRACT

The development of a business unit can be influenced by various factors, both internal and external factors of the company. This study aimed to examine and analyze the influence of business networks, product innovation and business competition on the development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Sidenreng Rappang Regency. The method used in this study was the explanatory method using a questionnaire with a sample of 40 SMEs taken using disproportionate stratified random sampling and simple random sampling for data collection. The data analysis technique used was linear regression using SPSS software version 25. The results showed that: business networks, product innovation and business competition had a positive and significant impact on the development of MSME performance in Sidenreng Rappang Regency.

PENDAHULUAN

UMKM merupakan usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Berdasarkan Undang-Undang nomor 20 Tahun 2008, usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan ataupun badan usaha perorangan dengan jumlah aset maksimal 0 sampai Rp 50 juta dan omzet total 0 sampai 300 juta. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh orang perorangan ataupun badan usaha akan tetapi bukan merupakan anak perusahaan dengan jumlah aset lebih dari Rp 50 juta sampai Rp 500 juta dan omzet total Rp 300 juta sampai Rp 2,5 milyar. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh cabang orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dengan jumlah kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta sampai Rp 10 milyar dan omzet total Rp 2,5 milyar sampai Rp 50 milyar.

Perluasan kesempatan kerja merupakan usaha untuk mengembangkan sektor-sektor yang mampu menyerap tenaga kerja. Usaha penyerapan tenaga kerja tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti pengembangan jumlah penduduk dan angkatan kerja, pertumbuhan ekonomi, tingkat produktivitas tenaga kerja dan kebijakan pemerintah dalam hal penyerapan tenaga kerja itu sendiri. Selama dua tahun terakhir yaitu tahun 2019 dan 2020, laju pertumbuhan jumlah UMKM di Kabupaten Sidrap dapat dinilai cukup rendah dibandingkan dengan tahun sebelumnya, berdasarkan data Ketahanan UMKM Kabupaten Sidrap setidaknya terdapat 70 UMKM yang memilih menutup usahanya, hal ini disebabkan karena adanya kasus pandemic Covid-19. Penyerapan tenaga kerja dari sektor ini pun masih belum maksimal. Terlepas dari kasus Covid-19 di Kabupaten Sidrap, sektor usaha ini diduga masih terkendala sejumlah hambatan dalam hal pemasaran produk, minimnya pengetahuan sumber daya manusia, permodalan usaha, rendahnya inovasi produk, serta daya saing UMKM yang belum optimal.

Salah satu cara untuk memperluas penyerapan tenaga kerja adalah melalui pengembangan industri terutama industri yang bersifat padat karya. Terdapat beberapa faktor yang dianggap dapat mempengaruhi perkembangan UMKM di Kabupaten Sidenreng Rappang sesuai dengan pendapat Lestari (2015), yaitu dengan cara

memperluas jaringan usaha, inovasi produk, dan persaingan usaha terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah.

Lemahnya akses informasi pasar serta belum optimalnya produk UMKM dalam menjangkau konsumen bisa jadi disebabkan oleh lemahnya atau kurang optimalnya jaringan usaha yang mendukung kegiatan usaha UMKM. Jaringan usaha melibatkan unit usaha lain dalam kegiatan usaha yang dilakukan oleh produsen, baik dalam kegiatan produksi maupun pemasaran produk. Produsen menggunakan perantara karena mereka menciptakan efisiensi yang lebih besar dalam menyediakan barang bagi pasar sasaran.

Inovasi produk juga merupakan faktor yang dapat meningkatkan kinerja UMKM. Inovasi tidak bisa dilepaskan dari kehidupan berbisnis karena inovasi merupakan roh atau jiwa dalam sebuah perusahaan untuk berkembang, inovasi dapat berkembang di mana saja dan dilakukan oleh siapa saja, inovasi tidak hanya dilakukan oleh perusahaan besar, melainkan perusahaan kecil pun perlu untuk melakukan inovasi demi keberlangsungan usahanya. Menurut Dhewanto dkk (2014:68) “sebuah perusahaan yang kompetitif memiliki dua tujuan penting, yaitu menciptakan nilai pelanggan (customer value) dan inovasi.”

Selain dua faktor tersebut, unsur persaingan usaha yang semakin kompetitif pun tidak jarang menjadi salah satu penyebab bangkrutnya suatu usaha. Persaingan antar produk sejenis maupun persaingan dengan industri yang lebih besar, tidak jarang menjadikan usaha kalah dalam bersaing. Menurut (Nainggolan, 2018) keunggulan bersaing merupakan suatu posisi yang harus dicapai bila ingin bertahan dalam persaingan ketat para pelaku usaha. Keunggulan bersaing juga dapat berpengaruh besar terhadap profitabilitas dan kinerja usahanya. Ketika persaingan dalam industri meningkat, rata-rata profitabilitas perusahaan yang bersaing di industri menurun. Dari aspek pemasaran, komponen produk (output) yang dihasilkan industri menjadi unsur yang penting untuk diperhatikan oleh pelaku industri. Mereka yang mampu menyajikan produk yang lebih unggul melalui inovasi – inovasi baru dapat memperoleh peluang yang besar untuk mendapatkan perhatian dari konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha terhadap perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM)

di masa Pandemi, studi pada UMKM makanan di Kabupaten Sidrap. Penelitian ini menggunakan UMKM yang bergerak dalam bidang industri makanan di wilayah Kabupaten Sidenreng Rappang dengan alasan UMKM makanan merupakan bidang usaha yang cukup besar. Perubahan preferensi dan selera masyarakat yang begitu cepat dalam hal memilih dan mengkonsumsi makanan, menjadikan industri ini harus selalu melakukan inovasi produk guna memenuhi kebutuhan konsumen, memenangkan persaingan di pasar dan bertahan di tengah arus persaingan usaha yang semakin kompetitif.

Berdasarkan uraian tersebut, yang menjadi pertanyaan adalah apakah dengan diterapkannya pengembangan Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha dapat meningkatkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Sidenreng Rappang.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah menurut (UU No.20 Tahun 2008) adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria aset: Maks. 50 Juta, kriteria Omzet: Maks. 300 juta rupiah. Manfaat UMKM bagi perekonomian nasional antara lain: Membuka Lapangan Pekerjaan, Menjadi Penyumbang Terbesar Nilai Produk Domestik Bruto, Salah satu Solusi efektif bagi permasalahan Ekonomi masyarakat kelas kecil dan menengah.

Menurut Sumardi (2017), perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah dapat diukur dengan melihat bertambahnya tingkat pendapatan yang diterima. Pengembangan UMKM juga dapat dilakukan dengan berbagai faktor yaitu jaringan usaha, Inovasi produk, dan persaingan usaha, kemudian melayani pengembangan keterampilan kewirausahaan dan kemampuan untuk menjalankan usaha kecil dan menengah. Program ini melatih para peserta untuk: menerapkan ketrampilan kewirausahaan mereka, mengidentifikasi dan memilih proyek bisnis yang layak atau memperluas usaha yang ada, dan secara hati-hati mempersiapkan proposal perencanaan bisnis untuk dipresentasikan ke lembaga-lembaga keuangan.

B. Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha

Jaringan usaha dapat diartikan sebagai suatu bentuk organisasi di bidang ekonomi yang dimanfaatkan untuk mengatur koordinasi serta mewujudkan kerjasama antar unsur dalam organisasi. Unsur-unsur tersebut pada umumnya berupa unit usaha, dapat juga berupa non unit usaha, tetapi merupakan unsur dalam rangkaian yang memfasilitasi penyelenggaraan unit usaha. Organisasi yang dimaksud dapat bersifat formal maupun informal. Menurut Enny dan Guruh, (2013). Jaringan usaha adalah kemampuan ikatan jejaring (*networkties*) menghubungkan para pelaku dengan berbagai usaha misal partner usaha, teman, agen, mentor untuk mendapatkan sumber daya yang dibutuhkan misalnya informasi, uang, dukungan moral para pelaku jejaring. Menurut Lestari, dkk (2015:4) jaringan usaha adalah “segala hubungan yang membantu dalam pembentukan sebuah usaha baru sebagai bagian dari jaringan.

Inovasi produk adalah menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian. Inovasi produk harus bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam perubahan lingkungan yang cepat dan menuju pasar global. Keberhasilan inovasi produk membutuhkan kesesuaian antara proses dan lingkungan yang mendukung. Seorang pengusaha mengaplikasikan gagasan baru dan kreatif untuk memperkenalkan adanya inovasi dalam sebuah produk atau layanan untuk memperoleh hasil produk dengan lebih efisien melalui jalur inovatif (Kalil & Aenurohman, 2020)

Persaingan usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis. Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan. Sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha-usaha dari 2 pihak/lebih perusahaan yang masing-masing bergiat “memperoleh pesanan” dengan menawarkan harga/syarat yang paling menguntungkan. Persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk pemotongan harga iklan/promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar. Menurut

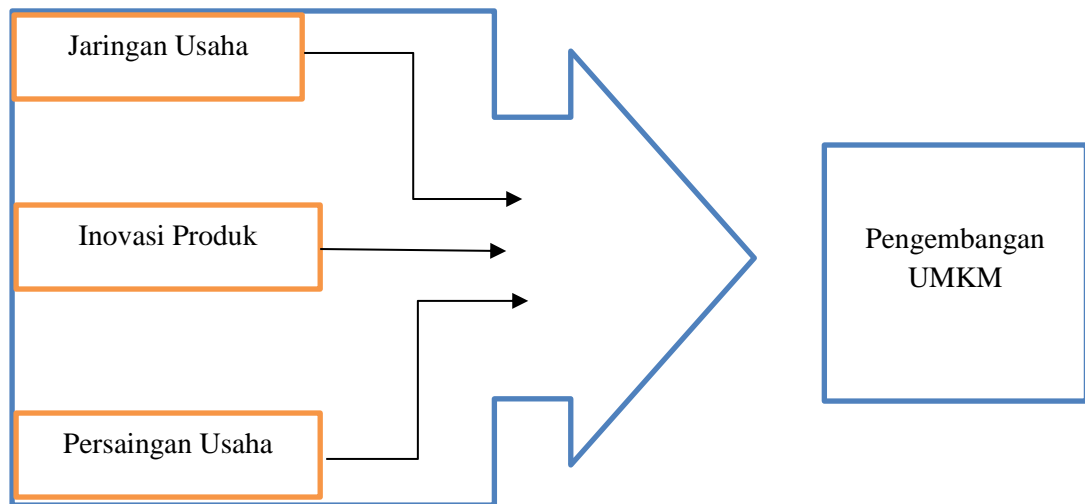
(Liu, 2018) Penting untuk menyelidiki bagaimana perusahaan menanggapi tekanan persaingan Ketika dihadapkan dengan besar pesaing.

C. Kerangka Berpikir

Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing UMKM. Apabila dilihat dari perkembangannya bahwa UMKM tidak mampu bersaing di pasaran karena memiliki kendala dalam manajemen usahanya. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing diantaranya keunggulan produk, teknologi informasi, jaringan usaha, inovasi produk, persaingan usaha, sumber daya manusia (SDM), dan pemasaran. Sehingga dengan demikian dapat diketahui manajemen usaha dari faktor apa yang menjadi kendala bagi perkembangan UMKM yang mengakibatkan UMKM tidak mampu berdaya saing. Karena kita tahu bahwa UMKM dapat menyumbang 60% terhadap PDB Indonesia.

Oleh karena itu, fokus penelitian ini lebih diarahkan kepada faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing UMKM terutama yang lebih difokuskan dalam hal manajemen usahanya diantaranya manajemen produksi, manajemen keuangan, manajemen sumber daya manusia, dan manajemen pemasaran. Sehingga dengan demikian, UMKM dapat meningkatkan daya saingnya.

Untuk lebih jelas kerangka pikir penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka disusunlah hipotesis penelitian untuk menjawab rumusan masalah penelitian mengenai hubungan jaringan usaha, inovasi produksi dan jaringan usaha yang mempengaruhi Perkembangan UMKM hubungan kualitas produk terhadap pemasaran yang dapat mempengaruhi daya saing yaitu sebagai berikut:

Hipotesis 1 (H1) : Jaringan Usaha berpengaruh positif terhadap Perkembangan UMKM.

Hipotesis 2 (H2) : Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Perkembangan UMKM.

Hipotesis 3 (H3) : Persaingan Usaha berpengaruh positif terhadap Perkembangan UMKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). tipe penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah tipe eksplanatori. Penelitian ini merupakan penelitian kausalitas di mana terdapat hubungan antara dua variabel atau lebih yang bersifat kausal. Kuesioner yang disebar dalam penelitian ini sebanyak 40 dan Tingkat pengembalian kuesioner (response rate) sebesar 100% dan kuesioner yang layak untuk dianalisis sebanyak 40 kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda (*Multiple Regression Analysis*). Data penelitian ini diolah dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS). Dengan menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Variabel dalam penelitian ini yaitu :

1. Perkembangan UMKM merupakan tolok ukur keberhasilan suatu usaha yang di lihat melalui pendapatan, produktivitas usaha, pertumbuhan tenaga kerja dan faktor lain.
2. Jaringan usaha yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendapat atau persepsi dari hubungan bisnis yang dibentuk dengan hubungan mitra antara pelanggan, pemasok, pesaing dan pemerintah yang akan membantu pelaku usaha mengembangkan ide serta pemasaran produk yang dihasilkan.

3. Inovasi produk berarti memperkenalkan produk-produk baru berupa barang dan jasa atau perbaikan dalam produk dan jasa yang sudah ada (OECD, 2005:48).
4. Persaingan Usaha dalam penelitian ini adalah persepsi tentang kemampuan suatu UMK untuk dapat menghasilkan suatu produk barang dan jasa yang memenuhi standar pasar global dan memiliki pendapatan dengan tingkat tinggi meskipun situasi dan struktur industri sedang berada pada posisi yang kurang menguntungkan.

HASIL DAN DISKUSI

A. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis SPSS. Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur angket (kuesioner). Uji validitas dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan bantuan program SPSS. Kriteria pengukuran yang digunakan adalah r hitung lebih besar dari r kritis (0,30). Jika r hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*) lebih besar dari kritis dan nilai r positif, maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid. Pengujian validitas dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan komputer program SPSS 25. Dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 1 Validitas

Variabel	Indikator/Item	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	Keterangan
Jaringan Usaha (X1)	X1.1	.398	Valid
	X1.2	.406	Valid
	X1.3	.367	Valid
	X1.4	.378	Valid
Inovasi Produk (X2)	X2.1	.353	Valid
	X2.2	.390	Valid
	X2.3	.587	Valid
	X2.4	.431	Valid
Persaingan Usaha (X3)	X3.1	.473	Valid
	X3.2	.436	Valid

Variabel	Indikator/Item	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	Keterangan
Perkembangan UMKM (Y)	X3.3	.350	Valid
	X3.4	.319	Valid
	Y.1	.473	Valid
	Y.2	.344	Valid
	Y.3	.415	Valid
	Y.4	.530	Valid

Sumber: *output SPSS 25, 2022*

Berdasarkan tabel 1, seluruh item valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlations* lebih besar dibanding 0,3 seperti yang dijelaskan Sugiono (2012) yang menyatakan bila korelasi setiap faktor positif dan besarnya lebih dari 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan contruk yang kuat.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik adalah Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0.60 (> 0.60).

Berdasarkan keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha > 0.60 . Dengan demikian variabel (pendapatan nasabah, tingkat margin dan pengambilan keputusan) dapat dikatakan reliabel. Untuk menguji reliabilitas instrumen, maka menggunakan analisis SPSS. Adapun hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Jaringan Usaha (X1)	0,749	4	Reliabel
Inovasi Produk (X2)	0,785	4	Reliabel
Persaingan Usaha (X3)	0,696	4	Reliabel
Perkembangan UMKM (Y)	0,722	4	Reliabel

Sumber: *output SPSS 25, 2022*

Tabel 2 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Jaringan Usaha (X1) memiliki nilai Cronbach’s Alpha sebesar 0,749 > 0,60, artinya indikator pada variabel ini dinyatakan reliabel. Untuk variabel Inovasi Produk (X2) nilai Cronbach’s Alpha dari hasil uji validitas sebesar 0,785 > 0,60. Hasil uji reliabilitas pada variabel Persaingan Usaha (X3) menunjukkan nilai Cronbach’s Alpha sebesar 0,696 > 0,60 yang artinya indikator variabel Persaingan Usaha (X3) adalah reliabel. Dan untuk variabel Perkembangan UMKM (Y) memiliki nilai Cronbach’s Alpha sebesar 0,722 > 0,60 yang artinya indikator variabel Perkembangan UMKM (Y) dinyatakan reliabel.

B. Deskripsi Variabel Penelitian

Berdasarkan hasil pengumpulan data di lapangan melalui pengumpulan jawaban yang diperoleh dari responden maka diperoleh informasi kongkrit tentang variabel-variabel penelitian yang dimaksud.

Jaringan Usaha (X1), Berdasarkan data yang diperoleh dari karyawan melalui kuesioner, diperoleh deskripsi data mengenai Jaringan Usaha (X1) sebagai berikut :

Tabel 3 Deskripsi Jawaban Jaringan Usaha (X1)

No.	Indikator	SS		S		KS		TS		STS		Total		Mean
		n	%	n	%	N	%	n	%	n	%	n	%	
1	Banyak bergabung dengan komunitas bisnis	31	68,8	9	31,1	0	0	0	0	0	0	40	100	4.68
2	Memperluas hasil produksi dan penjualan	30	66,6	7	26,6	3	6,6	0	0	0	0	40	100	4.60
3	Sering Ikut dalam kerja sama dengan usaha lain	25	62,2	15	37,7	0	0	0	0	0	0	40	100	4.59
4	Selalu mencari informasi bisnis nasional maupun internasional.	31	68,8	9	31,1	0	0	0	0.0	0	0	40	100	4.59
Rata - Rata Variabel Jaringan Usaha (X1)													4.64	

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3 terkait tanggapan responden mengenai Integritas dengan nilai rata-rata sebesar 4,64 yang berada pada *range* kelima, yaitu sangat tinggi. Berdsasarkan

masing-masing indikator, di mana indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 4,59 yaitu mengenai Sering Ikut dalam kerja sama dengan usaha lain, Sedangkan indikator banyak bergabung dengan komunitas bisnis nilai rata-rata skor tertinggi dengan nilai rata-rata skor 4,68.

Inovasi Produk (X2), Berdasarkan data yang diperoleh dari karyawan melalui kuesioner, diperoleh deskripsi data mengenai Inovasi Produk (X2) sebagai berikut :

Tabel 4 Deskripsi jawaban Inovasi Produk (X2)

No.	Indikator	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Total		Mean
		n	%	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%	
1	Produk yg selalu berinovasi	38	95	2	5	0	0	0	0	0	0	40	100	4,9
2	Kualitas Produk	34	85	6	15	0	0	0	0	0	0	40	100	4,8
3	Banyak varian produk	33	73,3	12	26,6	0	0	0	0	0	0	40	100	4,7
4	Gaya dan Desain Produk	29	72,5	11	27,5	0	0	0	0	0	0	40	100	4,7
Nilai Rata-Rata Variabel Inovasi Produk (X2)													4,8	

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4 terkait tanggapan responden mengenai Inovasi Produk (X2) dengan nilai rata-rata sebesar 4,80 yang berada pada *range* kelima, yaitu sangat tinggi. Berdasarkan masing-masing indikator, di mana indikator yang memiliki nilai terendah sebesar 4,7 yaitu mengenai Gaya dan Desain Produk, dan indikator Produk yg selalu berinovasi memiliki nilai rata-rata skor tertinggi dengan nilai rata-rata skor 4,9.

Persaingan Usaha (X3) Berdasarkan data yang diperoleh dari karyawan melalui kuesioner, diperoleh deskripsi data mengenai Persaingan Usaha sebagai berikut :

Tabel 5 Deskripsi Jawaban Persaingan Usaha

No.	Indikator	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Total		Mean
		N	%	N	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
1	Banyaknya Pesaing	18	45	20	50	2	5	0	0	0	0	40	100	4,3
2	Penggunaan teknologi untuk bersaing	16	40	20	50	4	10	0	0	0	0	40	100	3,3

No.	Indikator	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Total		Mean
		N	%	N	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
3	Tingkat Pertumbuhan Pesaing	13	32,5	24	60	2	5	0	0	1	2,2	40	100	4,1
	Memiliki kelebihan untuk bersaing.	19	44,1	20	46,5	4	9,3	0	0	0	0	40	100	4,4
Nilai Rata-Rata Variabel Persaingan Usaha													4,31	

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 5 di atas terkait tanggapan responden mengenai Persaingan Usaha dengan nilai rata-rata sebesar 4,31 yang berada pada *range* lima, yaitu sangat tinggi. Berdasarkan masing-masing indikator, di mana indikator yang memiliki nilai terendah sebesar 3,3 yaitu mengenai Penggunaan teknologi untuk bersaing, dan indikator mengenai Memiliki kelebihan untuk bersaing. memiliki nilai rata-rata skor tertinggi dengan nilai rata-rata skor 4,4.

Perkembangan UMKM (Y) Berdasarkan data yang diperoleh dari karyawan melalui kuesioner, diperoleh deskripsi data mengenai Perkembangan UMKM sebagai berikut :

Tabel 6 Deskripsi Jawaban Perkembangan UMKM

No.	Indikator	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Total		Mean
		N	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
1	Peningkatan volume produksi	22	48,8	10	33,3	4	8,8	3	6,6	1	2,2	40	100	4,17
	Mampu melakukan kontrol kualitas	29	64,4	9	31,2	1	2,2	1	2,2	0	0	40	100	4,57
2	Menerapkan pencatatan keuangan dan aliran barang	25	55,5	14	42,2	1	2,2	0	0	0	0	40	100	4,53
	Mengalami peningkatan aset, omset dan tenaga kerja	30	66,6	10	33,3	0	0	0	0	0	0	40	100	4,66
Nilai Rata-Rata Variabel Perkembangan UMKM													4,48	

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 6 di atas terkait tanggapan responden mengenai Independensi dengan nilai rata-rata sebesar 4,48 yang berada pada *range* lime, yaitu sangat tinggi. Berdasarkan masing-masing indikator, di mana indikator yang memiliki nilai terendah sebesar 3,85 yaitu mengenai Peningkatan volume produksi, dan indikator mengenai Mengalami peningkatan aset, omset dan tenaga kerja memiliki nilai rata-rata skor tertinggi dengan nilai rata-rata skor 4,66.

C. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Dengan menggunakan alat bantu program analisa data SPSS Versi 25 maka diperoleh nilai koefisien regresi masing-masing variabel yang meliputi Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	6.881	1.666		3.531	.001
	Jaringan Usaha (X1)	.322	.078	.306	2.832	.004
	Inovasi Produk (X2)	.431	.095	.396	4.866	.000
	Persaingan Usaha (X3)	.207	.057	.286	2.618	.025

Sumber : *Data primer diolah, 2022*

Berdasarkan hasil olah data dengan menggunakan SPSS Versi 25 diperoleh koefisien dalam perhitungan regresi di atas, maka persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 6.881 + 0,322X_1 + 0,431X_2 + 0,207X_3$$

Persamaan regresi linear berganda di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Formulasi regresi linear berganda di atas diperoleh nilai konstanta sebesar 6.881. Nilai tersebut mempunyai arti bahwa jika skor meliputi Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha nilainya tetap/konstan maka perkembangan UMKM di Kabupaten Sidenreng Rappang mempunyai nilai sebesar 6.881.
2. Nilai koefisien regresi jaringan usaha (X_1) sebesar 0,322 berarti ada pengaruh positif jaringan usaha terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Sidenreng Rappang sebesar 0,322 sehingga apabila nilai atau skor jaringan usaha naik 1 poin

maka akan diikuti dengan peningkatan skor perkembangan UMKM sebesar 0,322 poin.

3. Nilai koefisien regresi inovasi produk (X_2) sebesar 0,431 berarti ada pengaruh positif inovasi produk terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Sidenreng Rappang sebesar 0,431 sehingga apabila nilai atau skor inovasi produk naik 1 poin maka akan diikuti dengan peningkatan skor perkembangan UMKM sebesar 0,431 poin.
4. Nilai koefisien regresi persaingan usaha (X_3) sebesar 0,207 berarti ada pengaruh positif persaingan usaha terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Sidenreng Rappang sebesar 0,207 sehingga apabila nilai atau skor persaingan usaha naik 1 poin maka akan diikuti dengan peningkatan skor perkembangan UMKM sebesar 0,207 poin

D. Hasil Uji F (Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara simultan dalam menerangkan variabel dependen. Uji simultan ini dilakukan dengan membandingkan nilai α (alpha) dengan nilai p-value. Apabila nilai p-value $< \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak. Sehingga dapat dikatakan terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen, dan sebaliknya. Jika nilai p-value $> \alpha$ (0,05), maka H_0 diterima yang artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Berikut adalah hasil pengujian statistic F, yang dapat dilihat pada tabel 8 di bawah ini:

Tabel 8 Uji Simultan

ANOVA		
Model	F	Sig.
Regression	5.992	.031 ^b

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Output SPSS Versi 25.0

Berdasarkan pada tabel 8 di atas , menunjukkan bahwa variabel independen memiliki nilai P-Value 0,031 di mana nilai probabilitas ini di atas 0,05. Dengan demikian, maka sesuai dengan ketentuan dalam kriteria pengujian, jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi

Produk, dan Persaingan Usaha secara bersama-sama berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM.

E. Pengujian Secara Parsial (Uji-t)

Untuk menguji variabel secara parsial atau sendiri-sendiri variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dapat digunakan uji t. Ini dapat dilihat dalam hasil analisa pengolahan data seperti yang ada pada tabel di atas. Dari uraian uji t dengan menggunakan program analisa data SPSS versi 25 maka diketahui bahwa ketiga variabel bebas/independen (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan UMKM di Kabupaten Sidenreng Rappangdengan ringkasan sebagai berikut :

- i. Variabel Jaringan Usaha (X_1) dengan nilai $t_{hitung} 2.832 > t_{tabel} 1,688$, signifikan $\alpha = 0,004 < 0,05$
- ii. Variabel Inovasi Produk (X_2) dengan nilai $t_{hitung} 4.866 > t_{tabel} 1,688$, signifikan $\alpha = 0,000 < 0,05$
- iii. Variabel Persaingan Usaha (X_3) dengan nilai $t_{hitung} 2.618 > t_{tabel} 1,688$, signifikan $\alpha = 0,024 < 0,05$

Penelitian ini juga menemukan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (Adjusted R square). Nilai koefisien determinasi (Adjusted R square) sebesar 0,659 yang dapat diartikan bahwa variabel bebas/independen (X) yang meliputi Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha terhadap pengembangan UMKM di Kabupaten Sidenreng Rappangsebesar 65,9%, sedangkan sisanya sebesar 34,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

F. DISKUSI

1) Pengaruh Jaringan Usaha terhadap Perkembangan UMKM

Jaringan usaha dapat diartikan sebagai suatu bentuk organisasi di bidang ekonomi yang dimanfaatkan untuk mengatur koordinasi serta mewujudkan kerjasama antar unsur dalam organisasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara jaringan usaha terhadap perkembangan UMKM, dengan demikian hipotesis diterima. Nilai koefisien Beta (unstandardized) dari

pengaruh variabel jaringan usaha terhadap perkembangan UMKM adalah sebesar 0,322 yang berarti bahwa variabel jaringan usaha memberi kontribusi sebesar 32,2% terhadap naik-turunnya perkembangan UMKM di Kabupaten Sidrap. Penelitian ini sejalan dengan (Lestari, 2015) yang meneliti tentang Pengaruh jaringan usaha terhadap UMKM, di mana hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel jaringan usaha mempunyai pengaruh yang positif terhadap perkembangan umk di Kecamatan Kuningan Kabupaten Kuningan Jawa Barat. Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada jumlah sampe yang diambil dan objek penelitiannya.

2) Pengaruh Inovasi Produk terhadap Perkembangan UMKM

Hasil dari penelitian ini diperoleh t hitung untuk variabel inovasi produk lebih besar dari t tabel, yakni $4.866 > 1,688$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0, 05 yakni 0,000. Jadi, variabel inovasi produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM, dengan demikian hipotesis diterima. Nilai koefisien Beta (unstandardized) dari pengaruh variabel inovasi produk terhadap perkembangan UMKM adalah sebesar 0,431 yang berarti bahwa variabel inovasi produuk memberi kontribusi sebesar 43,1% terhadap naik-turunnya perkembangan UMKM di Kabupaten Sidrap. Penelitian ini didukung oleh penelitian (Muhammad, 2020) yang meneliti tentang Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Penggunaan Sistem Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Inovasi Produk, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada variabelnya di mana penelitian Taufiq menggunakan Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Penggunaan Sistem Akuntansi, sedangkan peneliti menggunakan variabel jaringan usaha, inovasi produk dan persaingan usaha.

3) Pengaruh Persaingan Usaha terhadap Perkembangan UMKM

Persaingan adalah keadaan ketika organisasi berperang atau berlomba untuk mencapai hasil atau tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei atau sumber daya yang dibutuhkan (Kuncoro, 2006). Hasil dari penelitian ini diperoleh t hitung untuk variabel persaingan usaha lebih besar dari t tabel, yakni $2.618 > 1,688$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0, 05 yakni 0,024. Jadi, variabel persaingan usaha mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap

perkembangan UMKM, dengan demikian hipotesis diterima. Nilai koefisien Beta (unstandardized) dari pengaruh variabel persaingan usaha terhadap perkembangan UMKM adalah sebesar 0,207 yang berarti bahwa variabel persaingan usaha memberi kontribusi sebesar 20,7% terhadap naik-turunnya perkembangan UMKM di Kecamatan Pancarijang. Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh (Pudyastuti, 2021) yang meneliti tentang Upaya Peningkatan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kota Medan Di Masa Pandemi COVID 19. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja UMKM.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut, (a) Jaringan usaha mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perkembangan umkm dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.322 dan nilai signifikansi lebih rendah dari 0,05 yaitu 0.004. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik jaringan usaha yang dibangun maka semakin baik perkembangan usahanya. (b) Inovasi produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap perkembangan umkm dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.431 dan nilai signifikansi lebih rendah dari 0,05 yaitu 0.000. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik inovasi produk yang dilakukan maka semakin baik perkembangan usahanya. (c) Persaingan usaha mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perkembangan umkm dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.207 dan nilai signifikansi lebih rendah dari 0,05 yaitu 0.024. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi potensi usaha dalam bersaing didunia usaha yang terjadi maka semakin tinggi potensi usaha untuk berkembang dan bertahan. Penelitian ini juga menemukan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (Adjusted R square). Nilai koefisien determinasi (Adjusted R square) sebesar 0,659 yang dapat diartikan bahwa variabel bebas/independen (X) yang meliputi Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha terhadap pengembangan UMKM di Kabupaten Sidenreng Rappang sebesar 65,9%.

Berdasarkan hasil temuan penelitian di lapangan, maka diajukan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan bagi pelaku umkm dan pemerintah setempat, (a)

Berdasarkan hasil olah data menggunakan kuesioner menunjukkan bahwa indikator terendah pada variabel Jaringan usaha yaitu banyak bergabung dengan komunitas bisnis, di mana hal tersebut masih perlu untuk di tingkatkan lagi. Pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan kerjasama dengan para pemasok dan pihak perantara, tidak hanya pemasok bahan baku saja tetapi juga dengan pemasok bahan penolong. Hal tersebut bisa dilakukan dengan cara menjalin kerjasama yang baru dengan lebih banyak pemasok dan perantara. Sehingga pelaku UMKM memiliki kesempatan yang lebih besar untuk memilih bahan baku dan bahan penolong dengan harga yang terjangkau dan kualitas yang baik serta memiliki kesempatan untuk meningkatkan penjualan produk.

(b) Untuk variabel Inovasi produk yang perlu dijadikan bahan pertimbangan yaitu indikator Gaya dan Desain Produk di mana responden masih merasa perlu untuk dikembangkan lagi. Pelaku UMKM juga diharapkan mampu mengembangkan bentuk produk yang mereka hasilkan. Bentuk produk sebaiknya dibuat lebih rapih, menarik dan jika memungkinkan dibuat sedemikian rupa sehingga memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan produk pesaing. Inovasi pada produk dimaksudkan agar konsumen dapat dengan mudah mengenali produk sehingga produk memiliki tempat tersendiri di benak konsumen.

(c) Pelaku UMKM harus selalu waspada dengan keberadaan pesaing di industri yang sama. Pelaku UMKM harus tetap meningkatkan daya saing mereka agar tetap unggul dalam persaingan. Beberapa diantaranya melalui perluasan jaringan usaha, memastikan kelancaran distribusi produk untuk menjamin ketersediaan produk di pasar serta meningkatkan inovasi produk agar produk mereka memiliki keunikan yang membedakannya dengan produk pesaing. Dengan demikian, produk UMKM sulit akan tergantikan karena produk selalu tersedia di pasaran dan konsumen dapat dengan mudah mengenali produk tersebut

DAFTAR PUSTAKA

- Kalil, K., & Aenurohman, E. A. (2020). Dampak Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UKM di Kota Semarang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 69–77.
- Kuncoro, M. (2006). *Ekonomi Pembangunan*. Salemba Empat.
- Lestari, C. (2015). *Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan*

Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 16(1).

Liu, F. . L. G. (2018). Research on Tourism Development Model of National Intangible Cultural Heritage (Traditional Skills) in Guizhou Province. *Journal of Finance and Economic*, 341–347.

Muhammad, T. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Penggunaan Sistem Akuntansi Terhadap Kinerja Umkm. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan dan Auditing*, 1(2).

Nainggolan, A. (2018). Competitive Advantage dan Upaya Meningkatkan Laba Perusahaan. *Jurnal Manajemen*, 4(1), 1–14.

Pudyastuti, E. (2021). Upaya Peningkatan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Medan di Masa Pandemi Covid 19. 4(3), 437–449.

Sumardi. (2017). Peran Baitul Maal Wat Tamwil Husnayain Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, 1(1), 68–89.