

ANALISIS PENGARUH JARINGAN USAHA DAN INOVASI TERHADAP KINERJA UMKM

ASEPTA HENDRIYANTO

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Totalwin Semarang

Abstract

The development of a business unit can be affected by a variety of factors, both internal and external company factors. The purpose of this research is to know the influence of the business network, and product innovation against the performance of micro, small and medium enterprises. The research type is explanatory research. The population was 162 units from small and medium metal industries in Boyolali District with 85 sample taken using disproportionate stratified random sampling and simple random sampling. Data collection using the questionnaire. Data analysis using linear regression analysis. The results showed that the business network, and product innovation are jointly undertaking a positive and significant effect against performance of micro, small and medium enterprises. Researchers suggest that UMKM constantly enhance cooperation with various parties to build wider business network, and improve product innovation so that UMKM can continue to thrive in the midst of the current competition.

Keywords :Business Network, Product Innovation, performance

PENDAHULUAN

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan bagian terbesar dalam perekonomian nasional, merupakan indikator tingkat partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor kegiatan ekonomi. UMKM selama ini terbukti dapat diandalkan sebagai katup pengaman dimasa krisis, melalui mekanisme penciptaan kesempatan kerja dan nilai tambah. Peran dan fungsi strategis ini sesungguhnya dapat ditingkatkan dengan memerankan UMKM sebagai salah satu pelaku usaha komplementer bagi pengembangan perekonomian nasional, dan bukan subordinari dari pelaku usaha lainnya. Keberhasilan dalam meningkatkan kemampuan UMKM berarti memperkokoh bisnis

perekonomian masyarakat. Hal ini akan membantu mempercepat proses pemulihan perekonomian nasional, dan sekaligus sumber dukungan nyata terhadap pemerintah daerah dalam melaksanakan otonomi pemerintahan (Budi, 2006).

UMKM merupakan potensi bisnis yang sangat digalakkan oleh pemerintah; karena semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin baik dan kokohnya perekonomian suatu daerah karena sumber daya lokal, pekerja lokal, dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal. Meskipun UMKM memiliki sejumlah kelebihan yang memungkinkan UMKM dapat berkembang dan bertahan dalam krisis, tetapi sejumlah fakta juga menunjukkan bahwa tidak semua usaha kecil dapat

bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi. Banyak UMKM mengalami kesulitan untuk mengembalikan pinjaman akibat melonjaknya suku bunga lokal, selain itu adanya kesulitan dalam proses produksi akibat melonjaknya harga bahan baku yang berasal dari impor. Banyak faktor yang mempengaruhi prestasi perusahaan kecil diantaranya adalah pengaruh faktor internal dan eksternal (Wang dan Wong, 2004). Keberhasilan tergantung dari kemampuan dalam mengelola kedua faktor ini melalui analisis faktor lingkungan serta pembentukan dan pelaksanaan strategi usaha.

Pengembangan UMKM di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal ini selain karena usaha tersebut merupakan tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan untuk mengurangi masalah kesenjangan antar golongan, pendapatan dan antar pelaku usaha, ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Lebih dari itu, pengembangannya mampu memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan struktural, yaitu meningkatnya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional.

Pengembangan UMKM merupakan bagian yang terintegrasi dalam program pengembangan UMKM di Bangli. Kegiatan pengembangannya ditujukan sebagai salah satu pilar ekonomi kerakyatan yang dapat menjadi penggerak utama perekonomian daerah.

TELAAH PUSTAKA

Kinerja UMKM

Jaringan 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 unsure dalam rangkaian yang memfasilitasi penyelenggaraan unit usaha. Organisasi yang dimaksud dapat bersifat formal maupun informal (Prabatmodjo, 1996). Menghasilkan produk atau jasa dan membuat produk atau jasa itu tersedia bagi pembeli memerlukan pembangunan hubungan yang bukan hanya dengan pelanggan tetapi juga dengan pemasok kunci dan penjual perantara dalam rantai pasokan perusahaan (Kotler dan Armstrong, 2008).

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. Melalui kontak, pengalaman, spesialisasi dan skala operasi, perantara biasanya menawarkan perusahaan lebih dari apa yang dapat dicapai perusahaan sendiri (Kotler dan Armstrong, 2008). Oleh karena itu hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₁: *Jaringan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM*

Inovasi

Inovasi menurut Prakoso (2005) dalam Suendro (2010) adalah suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Inovasi merupakan cara untuk terus membangun dan mengembangkan organisasi yang dapat dicapai melalui introduksi teknologi baru, aplikasi baru dalam bentuk produk-produk dan pelayanan - pelayanan, pengembangan pasar baru dan memperkenalkan bentuk-bentuk baru organisasi, perpaduan berbagai aspek inovasi tersebut pada gilirannya membentuk arena inovasi. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan, meliputi objek-objek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan ide (Kotler dan Armstrong, 1997). Inovasi produk menurut John (1999) terkait dengan

pengembangan desain produk, tambahan fitur, segala atribut produk sehingga menghasilkan produk yang unik dan berbeda dengan produk pesaing lain yang telah ada (dalam Yunal dan Indriyani, 2013). Inovasi produk dapat dilakukan pada atribut-atribut produk yang mencakup kualitas produk, fitur produk, gaya dan desain produk (Kotler dan Armstrong, 2004:1, dalam Yunal dan Indriyani, 2013). Oleh karena itu hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₂: *inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM*

Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Model

Berdasarkan hasil telaah pustaka mengenai factor yang mempengaruhi kinerja UMKM, maka diajukan kerangka pemikiran teoritis yang mendasari penelitian ini, yaitu pada gambar 1 sebagai berikut:



METODE PENELITIAN

Variabel independen dalam penelitian ini adalah jaringan usaha, dan inovasi produk sedangkan variabel dependennya adalah kinerja UMKM. Tipe penelitiannya adalah explanatory research dengan menggunakan kuesioner sebagai alat atau instrumen penelitian. Populasi

dalam penelitian ini adalah seluruh IKM makanan yang ada di Kecamatan Kuningan. Sampel yang digunakan sebesar 85 IKM yang diambil dengan menggunakan teknik *Disproportionate Stratified Random Sampling* dan *Simple Random Sampling*. Skala pengukuran

menggunakan skala Likert. Instrumen penelitian diuji dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data menggunakan analisis regresi linear dengan bantuan program IBM SPSS Statistics versi 20.0.

HASIL

Analisis regresi sederhana merupakan analisis yang digunakan untuk menentukan pengaruh antara satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), yang dalam penelitian ini adalah variabel jaringan usaha (X1) dan inovasi (X2) dengan variabel kinerja UMKM (Y). Adapun hasil pengujian regresi linear sederhana variabel jaringan usaha dan perkembangan UMKM adalah seperti tabel 1 di bawah ini.

PEMBAHASAN

Hasil uji statistik penelitian ini menunjukkan bahwa variabel jaringan usaha memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perkembangan umkm. Hasil penelitian ini sesuai dengan penuturan Kotler dan Amstrong (2008:41) bahwa melalui kontak, pengalaman, spesialisasi dan skala operasi, perantara biasanya menawarkan perusahaan lebih dari apa yang dapat dicapai perusahaan sendiri. Menurut pendapat tersebut, dapat dijelaskan bahwa melalui kontak yang dimiliki perantara, kemudian pengalaman perantara dalam memasarkan produk serta skala operasi perantara yang sudah luas, perantara biasanya memberikan manfaat yang lebih kepada perusahaan yang bekerjasama dengannya dibandingkan dengan apa yang mampu dicapai oleh

perusahaan itu tanpa adanya bantuan dari perantara.

Jarillo (1988) dalam Prabatmodjo (1996) menuturkan bahwa, jaringan usaha merupakan hasil keputusan dan upaya para usahawan untuk meningkatkan daya saing melalui kerjasama dengan unit-unit usaha lain. Daya saing usaha yang lebih tinggi dapat dicapai melalui jaringan usaha karena para pelaku usaha dapat melakukan spesialisasi sehingga usaha lebih efisien, menekan biaya-biaya transaksi, dan meningkatkan fleksibilitas karena adanya rekanan yang terpercaya. Kotler dan

Amstrong (2008:39) juga mengemukakan bahwa menghasilkan produk atau jasa dan membuat produk atau jasa itu tersedia bagi pembeli memerlukan pembangunan hubungan yang bukan hanya dengan pelanggan tetapi juga dengan pemasok kunci dan penjual perantara dalam rantai pasokan perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari beberapa ahli di atas maka dapat dikemukakan bahwa jaringan usaha memberikan pengaruh yang besar terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah. Sehingga, para pelaku UMKM diharapkan mampu membina kerjasama dengan para pemasok, lembaga keuangan, tenaga kerja dan para perantara agar usahanya semakin berkembang. Dari rekapitulasi jawaban responden, terdapat beberapa hal terkait jaringan usaha yang masih perlu diperbaiki atau ditingkatkan. Hal tersebut diantaranya, perlunya meningkatkan kerjasama dengan para pemasok bahan penolong dan pihak perantara. Semakin luas jaringan usaha yang mampu

dibangun oleh UMKM maka akan semakin berkembang pula usahanya.

Variabel kedua yaitu inovasi produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat yang diungkapkan oleh Dhewanto, dkk (2014 :299) bahwa inovasi tidak dapat dilepaskan dari kehidupan berbisnis karena inovasi merupakan roh atau jiwa dalam sebuah perusahaan untuk berkembang, inovasi dapat berkembang dimana saja dan dilakukan oleh siapa saja, inovasi tidak hanya dilakukan oleh perusahaan besar, melainkan perusahaan kecil pun perlu untuk melakukan inovasi demi keberlangsungan usahanya. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat dikemukakan bahwa inovasi produk memberikan pengaruh terhadap perkembangan UMKM.

Dengan demikian, pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan inovasi produk agar usahanya semakin berkembang. Inovasi produk sangat penting dilakukan karena secara global, pasar memiliki kompetisi yang semakin meningkat. Pesaing-pesaing semakin bermunculan dan tidak dapat dihindari. Bahkan perbedaan manfaat yang kecil akan sebuah produk dan jasa akan memberikan dampak yang besar pada pelanggan (Dhewanto, dkk, 2014:70). Melalui inovasi produk, UMKM diharapkan tetap mampu mengambil keuntungan dan mengembangkan usahanya di tengah persaingan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan,

maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut, (a) Jaringan usaha mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja umkm. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik jaringan usaha yang dimiliki UMKM maka semakin meningkat kinerja usahanya. (b) Inovasi produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap perkembangan umkm. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik inovasi produk yang dilakukan maka semakin baik kinerja UMKM.

Berdasarkan hasil temuan penelitian di lapangan, maka diajukan beberapa saran sebagai pertimbangan bagi pelaku umkm dan pemerintah setempat, (a) Pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan kerjasama dengan para pemasok dan pihak perantara, tidak hanya pemasok bahan baku. 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) 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.

DAFTAR REFERENSI

- Algifari. (1997). *Analisis Regresi Teori, Kasus, dan Solusi Edisi Pertama*. Yogyakarta :BPFE Yogyakarta
- Anoraga Pandji, H.Djoko Sudantoko. (2002). *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta
- Dhewanto Wawan, Hendrati Dwi.M ,dkk. (2014). *Manajemen Inovasi Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. Yogyakarta :Penerbit Andi.
- Fisk Peter. (2007) *Marketing Genius* .Jakarta : PT. Gramedia
- Hastu Prabatmodjo. (1996). *Pengembangan Jaringan Usaha Bagi Usaha Kecil Dan Menengah Dalam Rangka Menghadapi Integrasi Ekonomi Global*. Jurnal Analisis Sosial, Edisi 2, Februari1996 : 39-50.
- Hitt M, K.Ireland, R.D., Hoskisson, R.E. (2001). *Manajemen Strategis, Daya Saing dan Globalisasi Konsep*. Jakarta :Penerbit Salemba Empat.
- KuncoroMudrajat . (2007). *Ekonomika Industri Indonesia Menuju Negara Industri Baru 2030*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kuncoro Mudrajad. (2006). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta :Penerbit Erlangga.
- Kotler Philip dan Gary Armstrong. (2008) *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta :Penerbit Erlangga.
- Kotler Philip, Gary Armstrong. (1995). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : Intermedia.
- Oentoro Deliyanti. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta :Laks Bang PRES Sindo.
- Porter Michael.E. (1980). *Strategi Bersaing Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Jakarta :PenerbitErlangga.
- Purwanti Endang. (2012). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga*. Jurnal Among Makarti, Vol. 5 No.9, Juli 2012
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung :Penerbit Alfabeta
- Suendro Ginanjar. (2010). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*. Tesis. Universitas Diponegoro.
- Yunal Vivin Oblivia, Ratih Indriyani. (2013). *Analisa Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Inovasi Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Gerabah Di Lombok Barat*. Jurnal Anoraga, Vol.1 No. 1 2013