

### PENGARUH INOVASI PRODUK DAN DAYA SAING TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI DESA TEGALWARU CIAMPEA BOGOR

<sup>1</sup>Febi Lestari, <sup>2</sup>Jamaludin, <sup>3</sup>Usman  
Institut Ummul Quro Al-Islami Bogor<sup>123</sup>  
[Febilestari610@gmail.com](mailto:Febilestari610@gmail.com)

#### ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah menjadi pilar ekonomi Indonesia yang berhasil dan mencapai kemajuan yang signifikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi bagaimana daya saing dan inovasi produk mempengaruhi ekspansi UMKM di Desa Tegal Waru, Ciampea, Bogor. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan menerapkan Teknik Rumus Slovin, serta melakukan analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk dan daya saing secara signifikan mempengaruhi kinerja UMKM di Desa Tegal Waru, Ciampea, Bogor. Analisis F menunjukkan nilai F hitung sebesar 86.705 dengan signifikansi 0.000, menunjukkan bahwa kedua variabel independen, yaitu inovasi produk dan daya saing, secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM. Di Antara keduanya, variabel daya saing memiliki pengaruh yang paling dominan, ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 10.034 dan probabilitas signifikansi 0.000. UMKM merupakan salah satu pilar ekonomi Indonesia yang harus terus diperkuat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama, inovasi produk dan daya saing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan UMKM.

**Kata Kunci:** Inovasi Produk, Daya Saing, Usaha Mikro dan Menengah (UMKM)

#### ABSTRACT

*Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) have become a successful pillar of the Indonesian economy and achieved significant progress. The purpose of this study is to evaluate how competitiveness and product innovation affect the expansion of MSMEs in TegalWaru Village, Ciampea, Bogor. The method used is quantitative by applying the Slovin Formula Technique, and conducting data analysis using multiple linear regression. The results showed that product innovation and competitiveness significantly influenced the performance of MSMEs in TegalWaru Village, Ciampea, Bogor. F analysis showed a calculated F value of 86,705 with a significance of 0.000, indicating that the two independent variables, namely product innovation and competitiveness, jointly have a positive effect on the development of MSMEs. Among the two, the competitiveness variable has the most dominant influence, indicated by a calculated t value of 10.034 and a significance probability of 0.000. MSMEs are one of the pillars of the Indonesian economy that must continue to be strengthened. Thus, it can be concluded that together, product innovation and competitiveness have a significant influence on the development of MSMEs.*

**Keywords:** Produk Innovation, Business Competition, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs)

#### PENDAHULUAN

Menurut sejarah, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) telah berhasil dan telah membuat kemajuan signifikan dalam mengembangkan ekonomi Indonesia selama resesi global yang disebabkan oleh krisis mata uang. Hal ini dikarenakan UMKM mampu meningkatkan lapangan kerja dan Produk Domestik Bruto (PDB) secara signifikan. Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tidak dapat dipisahkan dari perkembangannya. Keberadaan UMKM yang merupakan mayoritas dari perekonomian

nasional menjadi tolok ukur tingkat keterlibatan masyarakat dalam berbagai sektor ekonomi. Bisnis tidak akan bertahan lama tanpa inovasi. Hal ini merupakan hasil dari pergeseran permintaan, keinginan, dan kebutuhan klien. Konsumen tidak akan terus menerus menggunakan barang yang sama. Jika pelanggan merasa bahwa produk perusahaan lain dapat memenuhi permintaan mereka, mereka akan mencari penawaran lain dari perusahaan tersebut. Oleh karena itu, inovasi yang berkelanjutan sangat penting bagi kemampuan perusahaan untuk menjalankan bisnisnya dan tetap bertahan. Bisnis dapat berinovasi di bidang produk, layanan, konsep, dan terarah. Inovasi produk merupakan salah satu elemen yang dapat membantu UMKM beroperasi lebih baik. Inovasi adalah esensi atau semangat dari suatu perusahaan untuk berkembang, dapat timbul di berbagai tempat dan dijalankan oleh siapapun, tidak hanya terbatas pada perusahaan besar, bahkan usaha kecil pun perlu berinovasi agar dapat bertahan. Karena itulah, inovasi dan kehidupan bisnis tidak dapat dipisahkan. Dhewanto menegaskan bahwa bisnis yang kompetitif harus mengejar inovasi dan penciptaan nilai pelanggan sebagai dua tujuan utamanya. Salah satu alasan utama kebangkrutan perusahaan sering kali adalah aspek daya saing komersial yang semakin kompetitif. Bisnis biasanya kalah dalam persaingan ketika mereka bersaing dengan industri yang lebih besar dan dengan produk yang sama. Dalam persaingan yang ketat di antara para pelaku bisnis, mendapatkan keunggulan kompetitif adalah suatu keharusan untuk bertahan hidup. Dampak dari keunggulan kompetitif terhadap profitabilitas dan kesuksesan bisnis juga dapat menjadi signifikan. Profitabilitas rata-rata bisnis yang beroperasi di industri ini turun seiring dengan meningkatnya persaingan industri. Dari perspektif pemasaran, para pelaku industri harus memberikan pertimbangan yang cermat terhadap komponen produk (output) yang dihasilkan oleh sektor tersebut. mereka yang dapat menampilkan produk yang unggul. Menurut UU No. 20/2008, usaha mikro dan kecil adalah usaha yang memperoleh pendapatan total dari 0 hingga 300 juta dan pendapatan minimum dari 0 hingga 50 juta yang dimiliki oleh individu atau perusahaan yang terlibat dalam perdagangan luar negeri. Operasi bisnis skala kecil didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menguntungkan, efisien, dan Produktivitas yang ditunjukkan oleh individu atau organisasi yang bukan bagian dari anak perusahaan dari perusahaan besar. Pendapatan mereka bervariasi antara Rp50 juta hingga Rp500 juta secara keseluruhan, sementara total pendapatan berada dalam kisaran Rp300 juta hingga Rp2,5 miliar. Di sisi lain, badan usaha independen yang menghasilkan pendapatan mulai dari Rp500 juta hingga Rp10 miliar dan didirikan oleh individu atau usaha kecil yang bukan merupakan anak perusahaan dari perusahaan besar disebut sebagai perusahaan menengah.

**Tabel 1. Data Jumlah UMKM Kabupaten Bogor**

No	Jenis Data	Jumlah UKM
	UKM Bidang Industri	18.100
1.1	Olahan makanan dan minuman	80
1.2	Handycraft	30
1.3	Konveksi	50
1.4	Logam	8
2.	UKM Bidang Jasa	48
3.	UKM Bidang Pendidikan	0
4.	UKM Bidang Pertanian	5
5.	UKM Bidang Perternakan	0
6.	UKM Bidang Perdagangan	74
7.	UKM Bidang lainnya	0
	JUMLAH	18.395

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Bogor



UMKM di Kabupaten Bogor terdiri dari 18.395 kategori usaha kecil dan menengah, seperti yang terlihat dalam tabel di atas. UMKM, yang termasuk dalam data koperasi, adalah usaha kecil dan menengah. Berdasarkan penelitian melalui wawancara dan observasi yang menjalankan usaha mikro, kecil, dan menengah, terlihat bahwa banyak UMKM menjalankan usaha secara tidak resmi dan tidak patuh terhadap hukum. Bogor merupakan salah satu kabupaten terpadat di Indonesia tahun 2020, Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor memperkirakan ada 5.427.068 orang yang tinggal di sana. dengan berbagai perusahaan untuk memenuhi permintaan masyarakat. Di antara berbagai jenis pekerjaan, banyak orang yang menggantungkan hidupnya sebagai pelaku UMKM. UMKM di Kabupaten Bogor terdiri dari 18.395 jenis usaha kecil dan menengah. Informasi tersebut mencakup UMKM yang terdaftar sebagai koperasi, usaha kecil dan menengah. Sebuah kecamatan di Kabupaten Bogor, Jawa Barat, bernama Kecamatan Ciampea. Sebagian besar penduduk di Kecamatan Ciampea, termasuk Desa Tegal Waru, bekerja sebagai pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Penelitian dilakukan oleh peneliti di Desa Tegal Waru tersebut. Kecamatan Ciampea adalah sebuah kecamatan yang terletak di Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Jengkol, Jengkol Rangkas, Benteng, Cibadak, Cibanteng, Cihideung ilir, Cihideung Udik, Cinangka, Ciampea Udik, Ciampea, Cibadak, Cibanteng, Cibuntu, Cicadas, dan Tegal Waru merupakan beberapa dari tiga belas desa yang membentuk Kecamatan Ciampea. Mayoritas penduduk yang tinggal di Kecamatan Ciampea bekerja sebagai pelaku UMKM. Peneliti melakukan penelitian mengenai inovasi produk dan persaingan usaha di Desa Tegal Waru. Desa Tegal Waru merupakan lokasi yang strategis karena terdapat banyak sekali pelaku UMKM yang berada disana, mulai dari pedagang kaki lima, warung sembako, pengrajin tangan, tukang ojek dan masih banyak lagi yang lainnya. Di bawah ini adalah tabel yang berisi informasi mengenai usaha-usaha yang dimiliki oleh warga Desa Tegal Waru:

**Tabel 2. Data UMKM Desa Tegal Waru Kecamatan Ciampea Bogor**

No	Jenis	Jumlah
1.	Makanan	13
2.	Tukang Anyaman	18
3.	Tukang Kayu	12
4.	Perternak	17
5.	Montir	7
6.	Pedagang Barang Kelontong	10
7.	Pengrajin	53
8.	Penjahit	20
9.	Pedagang Keliling	29
10.	Tukang Kue	14
11.	Tukang Rias	2
12.	Tukang Las	5
	Jumlah	200

*Sumber : Kantor Desa Tegalwaru Kecamatan Ciampea*

Berdasarkan data tabel diatas banyak sekali usaha yang dijalankan oleh penduduk Desa Tegal Waru. Beberapa wirausaha yang sudah peneliti temui banyak yang mengeluh karena kalah saing dengan usaha yang sama tetapi lebih lama mereka karena pesaing selalu memiliki inovasi produk. Penelitian ini bertujuan untuk menilai dampak inovasi dalam produk dan praktik bisnis terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan menggunakan studi kasus Desa Tegal Waru. Inovasi produk (X1) dan persaingan usaha (X2)



merupakan variabel penelitian ini, dan keduanya dapat berdampak pada kinerja UMKM (Y). Pergeseran yang cepat dalam preferensi dan selera konsumen mendorong industri untuk terus berinovasi dalam rangka memenuhi permintaan pasar dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Hal ini menjadi dasar pemilihan inovasi produk. Di Desa Tegal Waru, Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor, pertanyaan penelitian adalah apakah inovasi bisnis, pengembangan produk, dan operasi sehari-hari dapat meningkatkan produktivitas tenaga kerja UMKM.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Hubungan antara variabel X dan variabel Y diteliti dengan menggunakan teknik kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah di mana penelitian dapat dilihat melalui lensa populasi atau sampel saat ini dan didasarkan pada positivisme. Karena data penelitian diwakili oleh angka dan statistik digunakan dalam analisis, sehingga metode ini disebut kuantitatif. (Sugiyono, 2009). Populasi merupakan suatu wilayah yang memiliki sifat-sifat atau ciri-ciri yang sesuai kemudian ingin diteliti dan ditarik kesimpulannya oleh peneliti, berdasarkan survei ada 200 UMKM di desa Tegal waru Ciampea Bogor. Penelitian ini menggunakan data primer, yang merujuk pada informasi yang diperoleh langsung dari sumber asli untuk tujuan tertentu. Jenis sumber data ini memberikan data secara langsung kepada pengumpul data. Dalam konteks ini, data yang relevan termasuk hasil wawancara dan kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Sumber yang mencakup informasi yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber data, yang kemudian dianalisis dan didiskusikan hasilnya merupakan data primer (Sugiyono, 2009). Untuk data yang dikumpulkan, peneliti menggunakan data berupa kuantitatif dari responden sesuai penyampaian informasi dan sampai saat ini, menurut analisis, pengumpulan data dilakukan dengan mengirimkan kuesioner kepada 67 UMKM yang dipilih menggunakan teknik rumus Slovin. Pengertian dari sampel dengan pertimbangan tertentu yang disebut *sampling purposive* (Sugiyono, 2009). Data yang akan dikumpulkan yaitu berupa angket ini yang nantinya akan diminta oleh peneliti untuk dijawab dengan memberikan kuesioner. Dokumentasi adalah data yang akan dikumpulkan dari informasi-informasi dengan sumber yang sudah terpercaya seperti buku, jurnal dan yang lainnya. Dokumentasi mencakup data yang akan dikumpulkan dalam bentuk foto-foto dengan responden yang sudah mengisi kuesioner secara langsung dan lampiran - lampiran lainnya. (Adi Kusumastuti, 2020). Dalam mengukur dan menilai suatu individu atau kelompok maka skala likert ini di pergunakan terhadap variabel yang diteliti, sedangkan data dikumpulkan dengan menentukan besaran skala pemberian skor 1, 2, 3, 4, 5 ketentuannya sebagai berikut: (Sudaryono, 2021). Untuk menganalisis data dan mengolah data menggunakan bantuan *software* spss 22. Metode yang dipakai yaitu: Uji Validitas bertujuan apakah kuesioner yang telah ditetapkan peneliti valid atau tidak. Uji reliabilitas untuk mengumpulkan informasi agar data yang diterima sudah yakin dan terpercaya. Sebuah teknik yang dikenal sebagai Model regresi linier Ordinary Least Square (OLS) menggunakan "uji asumsi klasik" untuk mengevaluasi validitas asumsi klasiknya. Untuk menentukan apakah suatu variabel bersifat dependen, independen, atau memiliki distribusi normal, gunakan uji normalitas. Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menentukan apakah variabel dependen dalam model regresi memiliki rekurensi yang konsisten atau tidak konsisten. Untuk menentukan apakah variasi residual ada di antara data dalam model regresi merupakan tujuan dari uji heteroskedastisitas. Untuk meramalkan dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dan untuk meramalkan perubahan variabel dependen merupakan analisis regresi berganda yang digunakan oleh para akademisi.



Sedangkan persamaan regresi diuji untuk mengetahui apakah model tersebut dapat menjelaskan variasi variabel dependen (Sugiyono, 2009). Kerangka berpikir adalah sebuah model konseptual yang menggambarkan bagaimana teori berkaitan dengan elemen-elemen lain yang diidentifikasi sebagai masalah yang relevan. Kerangka berpikir yang kokoh memberikan penjelasan teoritis tentang hubungan antara variabel yang akan diteliti (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini, inovasi produk (X1) dan layanan (X2) untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Y) menjadi alat utama yang digunakan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai bulan Mei 2023 di Desa Tegal Waru, Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor. Subjek penelitian ini adalah 67 mahasiswa UMKM yang terdaftar di Desa Tegal Waru Ciampea Bogor. Untuk mendapatkan gambaran umum responden dalam penelitian ini, maka berikut dikelompokkan responden berdasarkan lama usaha, pendidikan terakhir, jenis usaha, sumber modal, kepemilikan usaha, jumlah modal pertama dan besarnya pendapatan per tahun. Tabel ini menyajikan wawasan responden mengenai inovasi dalam produk dan layanan serta pertumbuhan UMKM di Tegal Waru Ciampea Bogor. Ada lima set data dari analisis: sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan tidak begitu setuju. Nilai rata-rata dan standar deviasi dari setiap variabel penelitian berfungsi sebagai kriteria klasifikasi. Hasil kategori ini tercantum di bawah ini :

Tabel 3. Analisis Deskriptif

Descriptive Statistic							
	N	Range	Minimum	Maximum	SUM	Mean	Std. Devian
Inovasi Produk	67	11	14	25	1398	20.87	3.592
Persaingan Usaha	67	10	20	30	1841	27.48	2.218
Perkembangan UMKM	67	12	18	30	1788	26.69	3.308
Valid N (listwise)	67						

Sumber: Data Primer diolah SPSS 2.2, 2023.

Dapat dilihat bahwa variabel inovasi produk (X1) memiliki range 11, nilai minimum 14, nilai maximum 25, nilai sum 1398, nilai mean 20.87 dan std. Deviation 3.592. Lalu variabel persaingan usaha (X2) memiliki nilai range 10, nilai minimum 20, nilai maximum 30, nilai sum 1841, nilai mean 27.48, dan std. Deviation 2.218. Lalu variabel Perkembangan UMKM (Y) memiliki nilai range 12, nilai minimum 18, nilai maximum 30, nilai sum 1788, nilai mean 26.69 dan std. Deviation 3.308.

### Uji Validitas

Mengetahui apakah alat ukur penelitian memadai atau valid untuk konsep yang sedang dikembangkan adalah tujuan dari uji validitas. Metode corrected item-total correlation digunakan dalam uji validitas ini, dan Alat ukur dianggap valid jika nilai korelasi item-total (r hitung) melebihi nilai korelasi tabel (r tabel). Variabel dianggap valid dalam teknik korelasi item-total yang dikoreksi jika nilai korelasi item-total (r hitung) lebih tinggi



dari nilai r tabel (0,2027). Sebaliknya, variabel dianggap tidak valid jika nilai r hitung lebih kecil dari 0,2027. Berdasarkan hasil dari uji validitas menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan dari variabel X1 (inovasi produk), variabel X2 (daya saing), dan variabel Y (Perkembangan UMKM) dianggap valid, karena temuan validitas variabel inovasi produk (X1), variabel daya saing (X2) dan variabel perkembangan UMKM (Y) menunjukkan bahwa terdapat nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel untuk setiap variabel pertanyaan. Karena setiap nilai r hitung > r tabel (0,2027).

### Uji Reliabilitas

Jika jawaban responden terhadap pernyataan yang mereka ajukan adalah stabil atau terus menerus sepanjang waktu, maka uji reliabilitas dianggap reliabel. Dalam penelitian ini, hipotesis Cronbach alpha digunakan untuk menilai keandalan sampel; sampel dianggap andal jika nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0,60. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kuesioner dari variabel inovasi produk (X1) nilai cronbach alpha-nya 0.820, variabel daya saing (X2) nilai cronbach alpha-nya 0.620, dan variabel perkembangan UMKM (Y) nilai cronbach alpha-nya 0.796. yang dimana dari masing-masing nilai cronbach alpha-nya > 0.60, yang artinya mengindikasikan keandalan dari setiap item pernyataan dalam kuesioner maka dinyatakan reliabel.

### Uji Normalitas

Menurut Ghozali, untuk menentukan apakah residual, atau variabel dependen dalam model regresi, memiliki distribusi normal merupakan tujuan dari uji normalitas. Menemukan apakah data sampel mewakili populasi yang terdistribusi secara reguler adalah tujuan dari uji normalitas. Metode yang paling umum digunakan untuk mengatasi bias adalah regresi Kolmogorov-Smirnov. Tingkat signifikansi (nilai p), yang menunjukkan seberapa sedikit distribusi residual harus > 0,05.

Tabel 6. Uji Kolmogrov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			67
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.39180599
Most Extreme Differences	Absolute		.081
	Positive		.069
	Negative		-.081
Test Statistic			.081
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 <sup>c,d</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.745 <sup>e</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.734
		Upper Bound	.756
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

Sumber: Data Primer diolah SPSS 2.2, 2023.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua data variabel penelitian didistribusikan secara normal berdasarkan hasil uji normalitas yang menunjukkan bahwa data penelitian memiliki tingkat signifikansi yang lebih tinggi dari atau sama dengan 0,200.



### Uji Multikolinearitas

Analisis ini digunakan untuk menentukan apakah terdapat korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Saat mencari multikolinearitas, baik faktor inflasi varian (VIF) maupun nilai toleransi terpengaruh. Ketika terdapat korelasi signifikan antara dua variabel atau lebih variabel independen dalam model, ini disebut sebagai multikolinearitas. Hal ini dapat menyebabkan analisis regresi, seperti koefisien regresi yang tidak stabil atau sulit untuk diinterpretasikan. Menurut Ghazali, sebuah model regresi didasarkan pada multikolinearitas jika toleransinya  $\leq 0,10$  dan faktor inflasi variansnya  $\leq 10$ .

Tabel 7. Uji Multikolinearitas

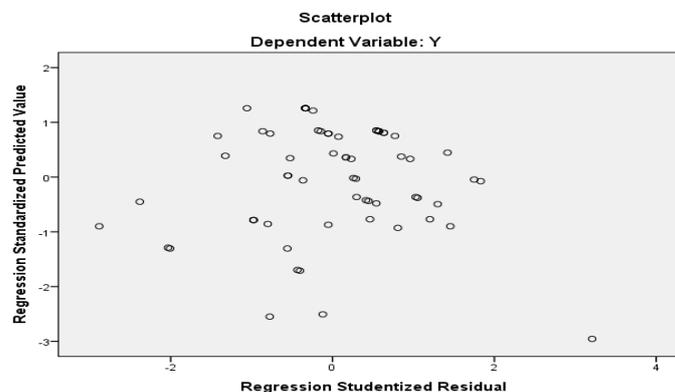
Model	Collinearity statistic tolerance	VIF
Constant		
Inovasi Produk	0.782	1.278
Daya Saing	0.782	1.278

Sumber: Data Primer diolah SPPSS 2.2, 2023.

Variabel Inovasi Produk (X1) dan variabel Daya Saing (X2) memiliki nilai VIF sebesar 1,278 berdasarkan data yang telah disebutkan di atas. Hal ini menunjukkan bahwa VIF untuk setiap variabel independen  $< 10$ . Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel independen dalam model regresi tidak menunjukkan adanya multicollinearity. Hasil uji penetrasi juga menunjukkan Tolerance (0,782 untuk Inovasi Produk dan 0,782 untuk Daya Saing) untuk setiap variabel. Tidak ada variabel independen dengan batas toleransi sekitar 0,10, seperti yang ditunjukkan oleh ambang batas yang disebutkan sebelumnya. Oleh karena itu, model regresi tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas berdasarkan nilai *tolerance*.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah sebuah metode untuk mengevaluasi apakah variabilitas dari kesalahan (residuals) dalam sebuah model regresi tidak konstan di seluruh rentang nilai prediktor. Artinya, ada kecenderungan untuk variabilitas kesalahan menjadi lebih besar atau lebih kecil pada nilai-nilai tertentu dari variabel independen. Untuk menentukan apakah terdapat ketidaksamaan variasi antara residual di antara data dalam model regresi merupakan Tujuan dari uji heteroskedastisitas. Ghazali mendefinisikan heteroskedastisitas sebagai memiliki variasi residual yang berbeda dari variasi pengamatan, sedangkan homoskedastisitas didefinisikan sebagai memiliki variasi residual yang mirip dengan variasi pengamatan. Untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas, dapat dilakukan dengan melihat grafik scatterplot.



Grafik scatterplot mengilustrasikan bahwa titik-titik tidak secara konsisten menggambarkan pola yang teratur saat ini. Selain itu, grafik menunjukkan penurunan bertahap dan acak di bagian atas dan bawah busur sumbu Y. Ini menunjukkan bahwa heteroskedastisitas tidak terjadi dalam model regresi. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa, secara umum, model regresi memenuhi kriteria asumsi klasik dan cocok untuk menggambarkan pertumbuhan UMKM yang bergantung pada variabel independen seperti inovasi produk dan fluktuasi harian.

### Uji Regresi Linear Berganda

Tujuan dari uji analisis regresi berganda linear adalah untuk menentukan apakah variasi produk dan harian memiliki efek parsial atau simultan pada pertumbuhan UMKM. Untuk menerapkan analisis regresi linear berganda, Anda memerlukan data yang berisi pengamatan untuk variabel dependen dan variabel independen yang relevan, serta pemahaman yang kuat tentang konteks masalahnya.

Tabel 8. Uji Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.524	2.668		2.819	.006		
Inovasi Produk	.194	.068	.210	2.864	.006	.782	1.278
Daya Saing	1.098	.109	.736	10.034	.000	.782	1.278

a. Dependent Variable: PERKEMBANGAN UMKM

Sumber: Data primer diolah SPSS 22, 2023.

Persamaan regresi ditentukan oleh nilai Unstandardized Coefficients B ; standar error atau kesalahan yang terjadi ditentukan oleh std error ; nilai normalitas ditentukan oleh *Standardized Coefficients* Beta ; nilai t digunakan untuk uji t ; Tingkat signifikansi menentukan apakah Ho atau Ha dicatat sebagai variabel independen, dan regresi multicollinear dilakukan menggunakan nilai toleransi dan VIF. Dari perhitungan tersebut, persamaan regresi dapat dihitung sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 7.524 + 0.194 X_1 + 1.098 X_2 + e$$

Penjelasan berikut ini berlaku untuk angka-angka tersebut:

1. Berdasarkan nilai konstanta sebesar 7.524, maka perkembangan UMKM akan bernilai 7.524 jika Inovasi Produk dan Daya Saing bernilai nol.
2. Variabel inovasi produk (X1) memiliki koefisien regresi sekitar 1,098. Ini menunjukkan bahwa peningkatan satu deviasi standar dalam variabel inovasi produk akan menghasilkan peningkatan sebesar 1,098 dalam tingkat pertumbuhan UMKM.
3. Variabel Daya Saing (X2) juga memiliki koefisien regresi sebesar 1,098, menunjukkan bahwa peningkatan satu deviasi standar dalam variabel Daya Saing akan menghasilkan peningkatan sebesar 1,098 deviasi standar dalam UMKM Dengan demikian, hasil



menunjukkan bahwa terdapat hubungan searah antara Inovasi Produk, Daya Saing, dan Perkembangan UMKM, yang dijelaskan oleh persamaan regresi tersebut.

### Uji T (Parsial)

Untuk menentukan apakah faktor-faktor independen (inovasi produk dan operasi sehari-hari) memiliki efek parsimony pada variabel dependen (pertumbuhan UMKM. Untuk menentukan apakah faktor-faktor independen (inovasi produk dan variasi sehari-hari) memiliki efek parsimony pada variabel dependen (pertumbuhan UMKM) diperlukannya uji t. Berikut adalah tabel yang menyajikan hasil uji t, dengan tingkat signifikansi < 0,05.

Tabel 9. Uji t (Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-7.524	2.668		-2.819	.006
Inovasi Produk	.194	.068	.210	2.864	.006
Daya Saing	1.098	.109	.736	10.034	.000

a. Dependent Variable: PERKEMBANGAN UMKM

Sumber : Data primer diolah SPSS 22, 2023.

Dengan tingkat signifikan 5%, variabel inovasi produk (X1) pada tabel berikut ini dapat diketahui memiliki nilai signifikan sebesar 0,006 dan t 864 dimana:  $n - 3 = 67 - 2 = 64$  (64; 0,025). Karena menggunakan dua sisi,  $0,05/2 = 0,025$ , maka nilai 0,025 berasal dari tingkat signifikan 5% (0,05). Selanjutnya, 1,669 adalah nilai yang ditemukan dalam tabel t.

Tabel 10. Keterangan t hitung dan t tabel

Variabel	t hitung	t tabel	Keterangan
Inovasi Produk (X1)	2.864	1.669	Berpengaruh
Daya Saing (X2)	10.034	1.669	Berpengaruh

Sumber: Data primer diolah SPSS 22, 2023.

- 1) Jika  $t (0,006) < \text{tingkat kesalahan} (\alpha = 0,05)$  dan  $t \text{ hitung} = 2,864 > t \text{ tabel } 1,669$ , yang artinya  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, dan variabel X1 (Inovasi Produk) memiliki dampak signifikan secara statistik pada variabel Y (Perkembangan UMKM). Hal ini mengindikasikan bahwa pertumbuhan UMKM di Desa Tegal Waru, Ciampea Bogor, secara parsial (individu) dipengaruhi oleh koefisien regresi pada variabel inovasi produk.
- 2) Daya Saing, variabel X2, memiliki efek yang sangat signifikan terhadap tingkat pertumbuhan UMKM, variabel Y. Hal ini disebabkan karena  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima ketika  $t \text{ hitung} = 10,034 > t \text{ tabel } 1,669$  dan  $t (0,000)$  memiliki tingkat signifikansi yang lebih kecil daripada batas uji t ( $\alpha = 0,05$ ). Ini menunjukkan bahwa koefisien regresi pada variabel daya saing mempengaruhi pertumbuhan UMKM di Desa Tegal Waru, Ciampea, Bogor, sampai batas tertentu (individu).



### Uji F (Simultan)

Untuk menentukan apakah setiap variabel independen mempengaruhi setiap variabel dependen secara bersamaan atau seiringan, pada dasarnya dilakukan uji signifikan secara bersama-sama. Ini memberikan informasi tentang apakah model regresi secara keseluruhan signifikan atau tidak. Grafik ini membandingkan antara nilai F hitung dan F tabel, atau signifikansi (nilai p) dengan nilai  $\alpha$  (5%) pada ambang regresi 5%.

Tabel 11. Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	527.671	2	263.835	86.705	.000 <sup>b</sup>
Residual	194.747	64	3.043		
Total	722.418	66			
a. Dependent Variable: Perkembangan UMKM					
b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Persaingan Usaha					

Sumber : Data primer diolah SPSS 22, 2023.

Nilai F hitung sebesar 86,705 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 dapat dicapai. Pada tingkat signifikansi 5%, di mana:

Variabel 1 =  $K = 3 \rightarrow K =$  Jumlah variabel independen

Variabel 2 =  $n - K = 67 - 3 = 64 \rightarrow F \text{ Tabel} = (3;64)$

Maka didapat nilai  $F_{\text{tabel}} = 3.140$

Uji signifikansi digunakan untuk menentukan apakah setiap faktor independen mempengaruhi satu variabel dependen secara bersamaan. Dalam uji ini, nilai signifikansi (p-value) dibandingkan dengan nilai  $\alpha$  (5%) pada derajat kebebasan 5%, atau nilai F dihitung dibandingkan dengan nilai tabel F. Dalam kasus ini, Inovasi Produk dan Daya Saing memiliki dampak signifikan terhadap pertumbuhan UMKM di Desa Tegal Waru Ciampea secara saling menguntungkan. Hal ini terlihat dari signifikansi F (0,000), yang kurang dari ambang batas kesalahan ( $\alpha = 0,05$ ), dan hitung F (86,705), yang lebih besar dari tabel F (3,140). Inovasi produk dan daya saing memiliki dampak saling menguntungkan pada pertumbuhan UMKM, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi, yang sering dikenal sebagai R-squared ( $R^2$ ), adalah alat statistik yang digunakan dalam analisis regresi untuk menentukan beberapa model regresi yang masuk akal berdasarkan data yang diamati. Ukuran yang mengindikasikan proporsi variabilitas dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen yang ada dalam model merupakan definisi dari koefisien determinasi. Tujuan dari koefisien determinasi variabel dependen (UMKM) adalah untuk menentukan sejauh mana variabel independen (inovasi produk dan daya saing) dapat menjelaskan variabel dependen.

Tabel 12. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>a</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855 <sup>a</sup>	.730	.722	1.744
a. Predictors: (Constant), Persaingan Usaha, Inovasi Produk				
b. Dependent Variable: Perkembangan UMKM				

Seberapa efektif variabel independen mendefinisikan variasi variabel dependen ditunjukkan oleh koefisien determinasi ( $R^2$ ), yang memiliki rentang 0 hingga 1. Hubungan antara variabel dikatakan lebih kuat jika mendekati 1, dan lebih lemah jika mendekati 0. Berdasarkan tabel yang diberikan, nilai R Square yang dihitung adalah 0,722. Ini menunjukkan bahwa pengaruh keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen UMKM sekitar 72,2%. Dengan demikian, terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dan dependen dalam model regresi. Variabel yang berfluktuasi antara 28,8% ( $100\% - 72,2\%$ ) dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa ada faktor-faktor lain di luar Inovasi Produk dan Daya Saing yang mempengaruhi pertumbuhan UMKM, namun tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Perkembangan UMKM**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Dhewanto et al. (2014) yang menyatakan bahwa inovasi adalah hal yang tak terpisahkan dari dunia bisnis. Inovasi dianggap sebagai jiwa atau esensi dari sebuah perusahaan untuk tumbuh dan berkembang. Hal ini menekankan bahwa inovasi dapat muncul dari mana saja dan dapat dilakukan oleh siapa saja. Ini menunjukkan bahwa perusahaan kecil juga perlu melakukan inovasi sebagai upaya untuk memastikan kelangsungan bisnisnya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang mendukung yaitu teori Inovasi difusi yang dikembangkan oleh Everett Rogers menyatakan bahwa inovasi produk oleh individu atau organisasi memainkan peran kunci dalam pertumbuhan dan perkembangan. Teori ini juga berfokus pada bagaimana inovasi dapat menyebar dalam suatu sistem. Dalam konteks UMKM teori ini menjelaskan bahwa Inovasi produk dapat menjadi faktor pencetus perubahan dan pertumbuhan usaha tersebut. Ketika UMKM meluncurkan produk inovatif ke pasar mereka mengadopsi inovasi sebagai bagian dari strategi bisnis. Jika inovasi tersebut terbukti berhasil dan memberi nilai tambah yang signifikan bagi konsumen, maka para konsumen akan berpartisipasi dalam proses inovasi produk.

Ini berarti bahwa semakin baik inovasi produk yang dilakukan oleh pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), semakin mendorong pertumbuhan usaha. Sebagian responden melakukan inovasi produk sebagai respons terhadap persaingan bisnis yang semakin ketat, yang pada gilirannya mendorong UMKM untuk berinovasi sebagai bentuk tanggapan terhadap perubahan pasar. Oleh karena itu, untuk meningkatkan pertumbuhan UMKM, diperlukan inovasi produk dalam hal perubahan desain, inovasi teknis, atau pengembangan produk.

### **Pengaruh Daya Saing Terhadap Perkembangan UMKM**

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa Daya Saing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM. Ini menggambarkan daya saing dan perkembangan UMKM merupakan hal yang sangat erat kaitannya. Seorang pengusaha dituntut untuk mampu bersaing di pangsa pasar. Apabila seseorang mampu menghadapi persaingan bisnis dengan baik, maka akan berpengaruh baik pula pada perkembangan bisnis. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Lestari, dkk (2015).



Grand teori yang mendukung daya saing terhadap perkembangan UMKM adalah teori “Persaingan dan Keunggulan Bersaing” yang di kembangkan oleh Michael Porter menekankan bahwa persaingan adalah faktor penting dalam mencapai pertumbuhan dan perkembangan usaha. Teori ini menggunakan faktor – faktor yang mempengaruhi kekuatan persaingan dalam suatu industri dan bagaimana keunggulan kompetitif dapat diciptakan dan dipertahankan. Dalam konteks UMKM, teori ini menjelaskan bahwa persaingan yang sehat dan kuat dapat mendorong UMKM untuk terus berinovasi, meningkatkan kualitas produk dan layanan serta mencari cara untuk memperoleh keunggulan kompetitif.

Teori Persaingan dan keunggulan bersaing juga menyoroti pentingnya mengembangkan keunggulan kompetitif yang unik sebagai cara untuk memenangkan persaingan. UMKM dapat mencapai keunggulan kompetitif melalui beberapa faktor seperti harga yang kompetitif, kualitas produk yang superior, pelayanan yang unggul, branding yang kuat atau inovasi yang berbeda. Dalam hal ini daya saing yang sehat dan strategi keunggulan kompetitif dapat membantu dalam perkembangan UMKM.

### **Pengaruh Inovasi Produk dan Daya Saing Terhadap Perkembangan UMKM**

Secara bersama – sama inovasi produk dan daya saing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan UMKM. Hal ini sesuai dengan teori Schumpeter yang dikemukakan oleh ekonom Joseph Schumpeter yang menyatakan inovasi produk membuka peluang baru bagi UMKM untuk menciptakan produk atau layanan yang berbeda dari yang sudah ada di pasar. Produk Inovatif memiliki potensi untuk menarik perhatian konsumen dan memberikan nilai tambah yang meningkatkan pangsa pasar dan pertumbuhan bisnis UKM. Sedangkan persaingan usaha mendorong UMKM untuk berinovasi agar dapat bersaing secara efektif. Saat UMKM bersaing dengan pesaing lain mungkin harus mencari cara untuk membedakan dan menawarkan nilai yang unik kepada konsumen. Inovasi menjadi kunci untuk bertahan dan tumbuh di tengah persaingan yang sengit.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti menggunakan data yang diperoleh dari 67 peserta survei UMKM di Desa Tegal Waru, Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor, data tersebut telah dianalisis. Setelah itu, dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk memiliki dampak negatif terhadap pertumbuhan UMKM di Desa Tegal Waru, Ciampea, Bogor. Hasil uji t menunjukkan bahwa inovasi produk (X1) secara parsial berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM. Inovasi dalam desain produk sebagai fitur produk fungsional yang dapat membuat produk bertahan lebih lama dari yang diharapkan. Selain itu penting juga bagi keberlangsungan usaha secara berkelanjutan dan upaya untuk menentukan suatu kinerja pemasaran yang berkualitas yang akhirnya berdampak pada perkembangan UMKM pula. Daya Saing (X2) berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM. Persaingan yang semakin ketat memaksa bisnis untuk mengambil tindakan terbaik. Setiap bisnis harus menyadari bahwa pasar tenaga kerja selalu berubah atau berkembang. Persaingan usaha sangat penting bagi perusahaan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah semakin berkembang dengan begitu sudah dipastikan banyaknya pesaing, pesaing harus selalu memiliki inovasi baru di dalam strategi usahanya. Hal tersebut dibuktikan dengan t hitung 10.034 lebih besar dari t tabel 1.669 yang menjelaskan bahwa daya saing berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM. Maka dapat disimpulkan



Ha diterima. Daya Saing dan Inovasi Produk secara simultan berpengaruh terhadap UMKM Di Desa Tegal Waru Ciampea Bogor. Inovasi Produk dan Persaingan Usaha memiliki keterkaitan mengenai Perkembangan UMKM. Hasil penelitian dari uji F menunjukkan bahwa Daya Saing dan Inovasi Produk memiliki dampak signifikan terhadap pertumbuhan UMKM di Desa Tegal Waru Ciampea secara saling menguntungkan. Hal ini terlihat dari signifikansi F (0,000).

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anorga Pandji. (2010). *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, Cet. 1, Yogyakarta: PT. Dwi Chandra Wacana.
- Abdul Aziz, & Abdul Husenudin. (2024). Evaluasi Dampak Upah Minimum Regional dan Indeks Pembangunan Manusia terhadap Reduksi Tingkat Kemiskinan di Jawa Barat 2019-2023. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 1450–1466
- Arif Al Rianto Nur M. (2017). *Pengantar Ekonomi Syariah*, Cet. 2, Bandung: CV Pustaka Setia.
- Dindin Abdurhim. (2021). *Pengembangan UMKM (Kebijakan, Strategi, Digital Marketing dan Model Bisnis UMKM)*, Cet. 1, Bandung: PT Refika Aditama.
- Dede Djuniardi. (2022) *Kewirausahaan UMKM*, Cet. 1, Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Eko Sudarmanto. (2022). *Manajemen Kreativitas dan Inovasi*, Cet. 1, Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Erni Yuningsih, Endang Silaningsih. (2020). *Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, Cet. 1, Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Hamka. (2015). *Tafsir Al Azhar Juz 4*, Jakarta: Gema Insani.
- Hasnatika, Imas Fatimah, and Ida Nurnida. (2019). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi “Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM ‘Duren Kamu Pasti Kembali’ Di Kota Serang”*. Vol. 04, No. 03.
- Maryanto. (2017). *Dunia Usaha, Persaingan Usaha, Dan Fungsi KPPU*, Cet. 1, Semarang: UNISSULA PRESS.
- Nf Mufreni, Alfin. (2018). *Jurnal Ekonomi Manajemen “Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha)”*. Vol 02, No. 02.
- Pattipeilohy, Victor Ringhard. (2018). *Jurnal Maneksi “Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha Nasi Kuning Di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon)”*. Vol 07, No. 01.
- Rosmayani. (2022). *Kinerja Pemasaran Implementasi Pada Industri Kecil Berbasis Inovasi*, Cet. 1, Surabaya: Pustaka Aksara.
- Syamsuri, S., Aziz, A., Hendri, H., & Ghofur, G. (2021). Islamic Economics in Hegemony of Capitalism and Socialism: A Study of Comparative Analysis. *AL-'IBAR Journal of Islamic Civilization and Development*, 1(1), 87-104.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan RD*, Bandung: Alfabeta.
- Wahdaturrahmi, E. A. (2022). PERSEPSI PELAKU UMKM TERHADAP PERBANKAN SYARIAH KECAMATAN LEUWILIANG. *An Nuqud Journal of Islamic Economics*, 1(1), 41-43.
- Rusmana, E. (2022). ANALISIS PERSEPSI AKADEMISI TERHADAP PRODUK TABUNGAN WADI™ AH BANK SYARIA™ AH MANDIRI. *An Nuqud Journal of Islamic*



*Economics*, 1(1), 10-18.

Prayudi, H. (2022). ANALISIS PEMAHAMAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IUQI BOGOR MENGENAI PRODUK TABUNGAN & AKAD BANK SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG. *An Nuqud Journal of Islamic Economics*, 1(1), 5-9.

Muttaqin, M. Z., & Almubarak, F. R. (2022). Implementasi Prinsip Islam Pada Manajemen Sumber Daya Manusia Di Badan Usaha Milik Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami. *AN NUQUUD*, 1(1), 17-30.

Azhari, F. (2022). Pengaruh Pendapatan Terhadap Konsumsi Rumah Tangga Di Kampung Banyusuci Bogor. *An Nuqud Journal of Islamic Economics*, 1(1), 33-40.

