

**PENGARUH JARINGAN TERHADAP KINERJA UMKM MELALUI INOVASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada UMKM Kerajinan di Kabupaten Purworejo)**

Fatma Sari Indrayati
fatmasariin721@gmail.com

Wijayanti
wijayanti@umpwr.ac.id

Dedi Runanto
dedirunanto@umpwr.ac.id

**Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Purworejo**

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia, terutama dalam penyerapan tenaga kerja dan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Namun, UMKM di Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang menghambat kinerjanya. Permasalahan yang sering terjadi adalah keterbatasan dalam membangun jaringan yang luas dan efektif, serta kurangnya inovasi yang belum berjalan secara optimal. Jaringan yang terbatas mempersulit UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas, sumber daya, dan informasi penting. Sementara itu, inovasi yang kurang efektif menghambat UMKM untuk meningkatkan daya saing dan menghasilkan produk atau layanan yang lebih bernilai tambah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh jaringan terhadap kinerja UMKM, menguji pengaruh jaringan terhadap inovasi, menguji pengaruh inovasi terhadap kinerja UMKM, menguji pengaruh inovasi dalam memediasi jaringan terhadap kinerja UMKM.

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM Kerajinan di Kabupaten Purworejo. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 100 pemilik UMKM Kerajinan di Kabupaten Purworejo. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan menggunakan skala *likert* yang terjawab lengkap, sesuai kriteria dan memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Analisis ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS 21.0 *for windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Jaringan berpengaruh terhadap Kinerja UMKM, Jaringan berpengaruh terhadap Inovasi, Inovasi berpengaruh terhadap Kinerja UMKM, Inovasi berpengaruh memediasi Jaringan terhadap Kinerja UMKM.

Kata kunci: Jaringan, Inovasi, Kinerja UMKM

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional pada umumnya dan stabilitas perekonomian pada khususnya (Ardiana *et al.*, 2010). Pengembangan UMKM di

Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan perekonomian nasional. Sebab, UMKM merupakan tulang punggung sistem perekonomian kerakyatan yang mampu memperluas basis perekonomian dan berkontribusi dalam percepatan peningkatan perekonomian daerah dan ketahanan nasional.

Saat ini banyak perkembangan ekonomi yang terjadi dan banyak pula bermunculan usaha-usaha baru, khususnya UMKM. Keadaan ekonomi di Indonesia yang sedang berkembang membuat semakin tingginya tingkat kompetisi usaha yang ada. Sehingga apabila sebuah usaha tidak dikelola dengan baik, maka kinerja UMKM menjadi tidak maksimal (Monica dan Widjaja, 2019)

UMKM seringkali menghadapi kesulitan besar dalam mencapai dan mempertahankan kinerja berkelanjutan. Perkembangan unit usaha dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Kegiatan bisnis yang dilakukan oleh suatu organisasi tidak hanya diarahkan kepada pencapaian laba yang maksimal tetapi juga diarahkan pada upaya mempertahankan dan mengembangkan usaha sehingga kegiatan bisnisnya dapat terus berjalan.

Permasalahan yang dihadapi UMKM tersebut menjadi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja, dimana masih menunjukkan hasil yang belum maksimal. Meningkatnya kinerja UMKM tentu akan mempengaruhi perkembangan ekonomi suatu negara. Karena semakin tinggi kinerja UMKM maka semakin tinggi pula tingkat pertumbuhan produk domestik bruto negara tersebut (Laily, 2016). Dengan demikian, kegiatan usaha yang dijalankan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah diarahkan untuk mampu mempertahankan eksistensi bisnisnya dan mengembangkan kegiatan usahanya.

Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) membutuhkan manajemen yang baik dan memperhatikan beberapa faktor diantaranya jaringan dan inovasi serta memiliki daya saing. UMKM tidak dapat berjalan sendiri dalam menjalankan usahanya, namun ada keterkaitan dengan pihak luar baik sebagai pemasok, pelanggan maupun pedagang perantara. Oleh karena itu diperlukan jaringan yang luas agar usaha yang dijalankan berkelanjutan.

Jaringan yang luas dalam peningkatan kinerja UMKM mencakup jaringan sosial dan jaringan usaha para pelaku UMKM. Jaringan sosial yang kuat dapat meningkatkan kinerja bisnis dengan memfasilitasi pertukaran pengetahuan, mengurangi biaya transaksi, dan membuka peluang pasar baru (Mustafa & Khan, 2020). Jaringan sosial memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan dan reputasi, sehingga sangat penting untuk mempertahankan hubungan bisnis dan pertumbuhan jangka panjang (Smith *et al.*, 2021). Jaringan sosial memberi

UMKM akses ke sumber daya penting, termasuk informasi, modal finansial, dan peluang pasar, yang secara signifikan meningkatkan keunggulan kompetitif mereka. Modal sosial yang berasal dari jaringan ini memfasilitasi berbagi pengetahuan dan kolaborasi, yang mengarah pada inovasi dan kemampuan beradaptasi dalam menghadapi perubahan pasar (Putri dan Lestari, 2020).

Peranan jaringan usaha juga tidak kalah penting untuk meningkatkan kinerja UMKM. Menurut Baum (2000) dalam Faems *et al.* (2005) mengatakan keragaman jaringan usaha yang dimiliki perusahaan dapat mempengaruhi kinerja inovatif perusahaan sehingga meningkatkan peluang untuk mencapai kinerja secara optimal. Kolaborasi sangat penting bagi UMKM untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Perusahaan dapat mengambil keuntungan dari keahlian yang lebih besar. Untuk menjadi UKM yang inovatif dan kolaboratif, UKM juga harus mulai membuka jalur kolaborasi, seperti mengikuti forum terbuka dan bergabung dalam sistem pendukung kelompok, tujuannya untuk menemukan peluang berkolaborasi dengan sumber eksternal perusahaan untuk menemukan ide-ide inovatif, kolaborasi bisa dilakukan dengan lembaga swadaya masyarakat, universitas, *techno park* dan inkubator (Sasono & Yuliana, 2014).

Lemahnya akses informasi pasar serta belum optimalnya kinerja UMKM dalam menjangkau konsumen bisa jadi disebabkan oleh lemahnya atau kurang optimalnya jaringan yang mendukung kegiatan usaha UMKM. Oleh karena itu diperlukan jaringan agar usaha yang dijalankan dapat berkelanjutan. Selain permasalahan jaringan pada UMKM terdapat salah satu masalah yang sering dijumpai yaitu inovasi.

Pelaku UMKM masih kurang dalam hal memaksimalkan usaha. Karena pelaku UMKM masih enggan dalam mengambil risiko. Pelaku UMKM juga masih kurang dalam memanfaatkan peluang dan ragu untuk bersaing di pasar. Pelaku UMKM masih takut dalam hal berinovasi karena takut akan mengalami kerugian biaya dalam membuat inovasi produk. Prakoso dalam Suendro (2010) menerangkan bahwa inovasi merupakan suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Inovasi dapat dijadikan sebagai solusi untuk membangun dan mengembangkan perusahaan. Inovasi dapat dicapai melalui inovasi 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.

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.

Hasil penelitian dari Feranita *et al.*, (2022) menemukan bahwa jaringan dan inovasi secara bersama-sama melakukan efek positif dan signifikan terhadap keterlibatan pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah. Mengacu pada hasil penelitian di atas maka dapat disimpulkan bahwa jaringan dan inovasi secara langsung maupun tidak langsung dapat berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Perekonomian di Indonesia banyak bergantung pada UMKM, namun yang terjadi saat ini persaingan semakin ketat. Banyaknya usaha kecil, menengah saat ini menyebabkan kelangsungan usaha mengalami tingkat persaingan yang tinggi, terutama industri yang memproduksi produk sejenis (Halim, 2020). Seperti halnya industri-industri lainnya, salah satunya yaitu industri kerajinan di Kabupaten Purworejo. Menurut Mahzuni *et al.*, (2017) kerajinan adalah barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan (seperti, tikar, anyaman, patung dan sebagainya) barang-barang sederhana, biasanya mengandung unsur seni.

Berdasarkan data publikasi dari Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah tahun 2023 terdapat 7.900 UMKM yang terdapat di Kabupaten Purworejo. UMKM tersebut meliputi UMKM makanan dan minuman, kerajinan, peternakan, pertanian, dan masih banyak lagi. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah, dan Perdagangan di Kabupaten Purworejo (2023) terdapat sebanyak 266 usaha kerajinan yang terdaftar. Usaha kerajinan tersebut meliputi kerajinan bambu, kerajinan kayu, kerajinan bunga plastik, dan kerajinan tanah liat. Keempat kerajinan inilah yang umumnya tersebar di setiap kecamatan yang ada di Kabupaten Purworejo. Industri kerajinan yang menjadi komoditas unggulan untuk UMKM di Kabupaten Purworejo yaitu kerajinan bambu. Besarnya potensi yang dimiliki oleh UMKM kerajinan bambu di Kabupaten Purworejo itu dikarenakan memiliki sumber daya yang melimpah. "Mulai dari bahan baku, pengrajin, serta potensi pasar domestik dan ekspor yang masih terbuka luas", kata Wakil Bupati Purworejo, Hj Yuli Hastuti S.H. (Dinas Kominfo Kabupaten Purworejo, 2022)

Namun demikian kegiatan usaha yang dilakukan UMKM ini bukan berarti tanpa kendala. UMKM seringkali menghadapi kesulitan besar dalam mencapai dan mempertahankan kinerja berkelanjutan. Berdasarkan hasil wawancara pada salah satu pelaku UMKM kerajinan kayu yang bernama Bapak Ahmad Chambali beralamat di Kecamatan Loano, Kabupaten Purworejo, permasalahan yang sering terjadi adalah usaha masih sulit berkembang. Pelaku UMKM belum mengelola usaha secara efektif dan efisien sehingga kinerja usaha tidak optimal. Dalam hal

jaringan yang dimiliki masih terbatas sehingga jangkauan pasar masih sempit dan belum maksimal. Selain itu pelaku UMKM Kerajinan belum memaksimalkan usaha melalui inovasi, karena pelaku UMKM masih enggan dalam mengambil risiko. Pelaku UMKM Kerajinan masih takut dalam hal berinovasi produk karena takut akan mengalami kerugian biaya dalam membuat inovasi produk.

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah tersebut, peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Jaringan terhadap Kinerja UMKM melalui Inovasi sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada UMKM Kerajinan di Kabupaten Purworejo)”**.

B. RUMUSAN MASALAH

Menindaklanjuti dari penjabaran latar belakang diatas, maka disusunlah rumusan masalah yang diharapkan mampu menjawab permasalahan tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Lemahnya akses informasi pasar dan belum optimalnya kinerja UMKM dalam menjangkau konsumen seringkali diakibatkan oleh kurangnya atau tidak optimalnya jaringan yang dimiliki baik jaringan sosial maupun jaringan usaha yang mendukung kegiatan UMKM. Banyak pelaku UMKM yang mahir memproduksi barang berkualitas tinggi, namun kesulitan menentukan saluran penjualan yang efektif, sehingga menyebabkan jangkauan pasar mereka terbatas.
2. Inovasi yang dimiliki oleh UMKM kerajinan belum mencapai titik maksimal, dan salah satu faktor pembatas utamanya adalah keterbatasan peralatan yang tersedia. Kondisi ini secara langsung berdampak pada kemampuan pelaku UMKM untuk menghasilkan produk yang beragam atau bervariasi. Akibatnya, UMKM tersebut belum mampu sepenuhnya menyesuaikan dengan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan yang bersifat dinamis dan terus berubah.
3. Kinerja pada UMKM kerajinan belum optimal sehingga menghambat kemampuan pelaku UMKM kerajinan untuk memenangkan peluang pasar yang seharusnya dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini sering kali terjadi pada situasi di mana, pelaku UMKM telah berhasil menarik perhatian pasar dan mendapatkan banyak pesanan, UMKM tersebut justru tidak dapat memenuhi permintaan tersebut secara efektif karena keterbatasan sumber daya yang dimiliki baik sumber daya manusia, sumber daya modal, sumber daya bahan baku, maupun sumber daya teknologinya.

C. KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

1. Kajian Teori

a. Kinerja UMKM

Kinerja merupakan suatu kondisi yang harus diketahui dan dikomunikasikan kepada pihak-pihak tertentu guna mengetahui sejauh mana pencapaian hasil lembaga terkait dengan visi organisasi serta mengetahui dampak positif dan negatif dari suatu kebijakan operasional yang dilaksanakan. Pada akhirnya, kinerja merupakan alat manajemen yang memungkinkan untuk mengevaluasi dan mengamati perkembangan yang dicapai (Utami, 2013). Menurut Darmanto *et al.* (2018), bagi suatu organisasi, kinerja adalah hasil kegiatan kerjasama antar anggota atau departemen dalam organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Kinerja merupakan hasil kegiatan administratif, khususnya kegiatan kerjasama untuk mencapai tujuan, yang pengelolaannya sering disebut manajemen. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa kinerja organisasi merupakan hasil kerja yang dilakukan dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

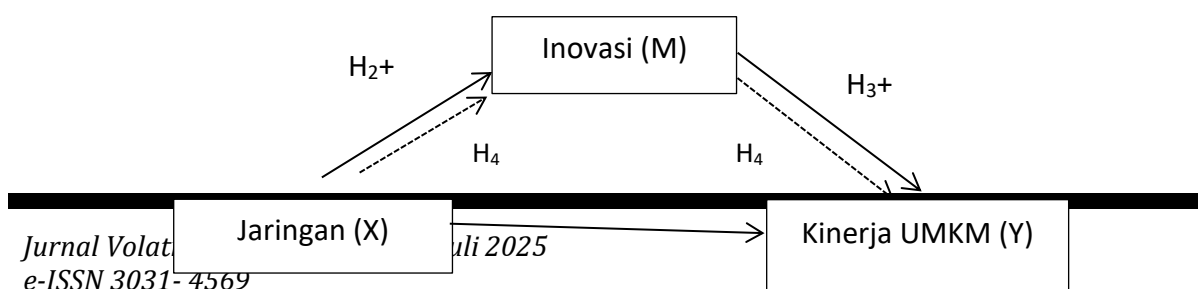
b. Jaringan

Jaringan merupakan kemampuan untuk mengelola suatu hubungan dengan pihak lain yang secara tidak langsung diperkenalkan oleh rekan langsungnya (Yusuf & Soelaiman, 2022). Menurut Bird (1995) jaringan usaha didefinisikan sebagai sumber daya yang berharga dalam membentuk kompetensi khusus untuk mengembangkan bisnis. Selain itu, jaringan sosial menumbuhkan kepercayaan dan reputasi, yang penting untuk akuisisi dan retensi pelanggan (Susanti & Rahayu, 2019).

c. Inovasi

Inovasi didefinisikan sebagai kemampuan inovatif untuk memperkenalkan produk baru ke pasar, atau membuka pasar baru dengan menggabungkan orientasi strategis dengan perilaku inovatif dan prosesnya (Wang & Ahmed, 2004). Inovasi merupakan strategi yang dapat membantu perusahaan menjadi kompetitif dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan (Madrid-Guijarro *et al.*, 2009).

2. Kerangka Pikir



H₁+

Gambar 1

Kerangka Pikir Penelitian

Keterangan:

—————→ : Pengaruh secara langsung X terhadap Y, X terhadap M, dan M terhadap Y.

-----→ : Pengaruh secara tidak langsung M terhadap X dan Y.

D. RUMUSAN HIPOTESIS

1. Pengaruh Jaringan terhadap Kinerja UMKM

Menurut Jurillo (1988) dalam Prabatmodjo (1996) menuturkan bahwa, jaringan merupakan hasil keputusan dan upaya para usahawan untuk meningkatkan daya saing melalui kerjasama dengan unit-unit usaha lain. Daya saing yang lebih tinggi dapat dicapai melalui jaringan karena pelaku usaha dapat melakukan spesialisasi sehingga usaha lebih efisien, menekan biaya-biaya transaksi, dan meningkatkan fleksibilitas karena adanya rekanan yang terpercaya. Ahmad *et al.* (2010) mengatakan bahwa jaringan juga diperlukan dalam mengembangkan bisnis karena jaringan merupakan kemampuan khusus yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hendriyanto (2015) juga mengungkapkan adanya pengaruh positif antara jaringan usaha dengan kinerja UMKM, sehingga semakin baik jaringan usaha yang dimiliki UMKM maka semakin meningkat kinerja usahanya. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Widiyati & Hasanah (2023) juga menunjukkan bahwa *business networking* (jaringan usaha) berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

H1: Jaringan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

2. Pengaruh Jaringan terhadap Inovasi

Menurut (Gertler dan Levitte 2005; Powell dan Grodal 2005) dalam Martin (2015) sebagian besar pengetahuan terkait inovasi dipertukarkan di antara mitra bisnis, yaitu antara pelanggan dan pemasok atau pengguna dan produsen, namun hampir tidak pernah murni terjadi secara kebetulan. Pengetahuan bersumber dan dipertukarkan melalui jaringan yang menyatukan perusahaan dan organisasi lain di lokasi geografis yang berbeda. Keterikatan dalam jaringan dapat memberikan dampak positif pada hasil inovasi karena jaringan

memfasilitasi aliran informasi dan pengetahuan serta menyediakan akses terhadap bentuk pengetahuan tersembunyi yang tidak tersedia di tempat lain (Martin, 2015)

Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nunes *et al.* (2019) menemukan bahwa perusahaan yang terlibat secara intensif dalam jaringan mampu meningkatkan peluang menciptakan inovasi yang lebih tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh Feranita *et al.* (2022) juga membuktikan bahwa jaringan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi. Artinya, jika jaringan pelaku UMKM semakin luas, maka inovasi UMKM juga akan meningkat.

H2: Jaringan berpengaruh positif terhadap Inovasi.

3. Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja UMKM

Menurut Shaukat *et al.* (2013) Pengembangan produk baru dan inovasi produk merupakan strategi penting untuk meningkatkan pangsa pasar dan kinerja bisnis. Inovasi perusahaan pada gilirannya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan (Shaukat *et al.*, 2013). Temuan secara serempak menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat yaitu hubungan positif dan langsung diantara inovasi dan kinerja (Han *et al.*, 1998)

Sejalan dengan penelitian Mulyani & Wijayani (2017). Melakukan penelitian tentang penerapan TQM dan kinerja inovasi terhadap kinerja manajerial industri rokok Kabupaten Kudus, bahwa inovasi berpengaruh untuk keberlangsungan kinerja usaha perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Anwar (2018) tentang pentingnya BMI dalam kinerja UMKM juga menunjukkan bahwa inovasi menjadi pendorong yang signifikan dalam memberikan kontribusi positif terhadap kinerja.

H3: Inovasi berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM.

4. Pengaruh Jaringan terhadap Kinerja UMKM dengan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi

Menurut Baum (2000) dalam Faems *et al.* (2005) mengatakan bahwa yang penting bukanlah jumlah perjanjian kolaboratif, melainkan keragaman jaringan aliansi perusahaan yang mempengaruhi kinerja inovatif perusahaan. Semakin banyak perusahaan yang terlibat dalam jaringan, semakin besar kemungkinan mereka menciptakan produk baru atau berinovasi memperbaiki produk dapat sukses secara komersial (Faems *et al.*, 2005).

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad *et al.* (2010) mengemukakan bahwa keberadaan hubungan antara jaringan bisnis dan kinerja perusahaan ditentukan oleh kemampuan inovasi.

H4: Jaringan berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM melalui Inovasi.

E. METODE PENELITIAN

1. Definisi Operasional Variabel

a. Kinerja UMKM (Y)

Menurut Darmanto *et al.*, (2018) kinerja UMKM merupakan tingkat pencapaian tujuan yang didasarkan pada tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Ukuran peningkatan kinerja UMKM sebenarnya dapat diukur dari kinerja pemasarannya, kinerja keuangannya, kinerja sumber daya manusianya namun secara umum penilaian kinerja UMKM diukur menggunakan indikator. Menurut Darmanto *et al.*, (2018). Indikator kinerja UMKM terdiri :

- 1) Pertumbuhan Penjualan
- 2) Peningkatan Jumlah Pelanggan
- 3) Target Penjualan
- 4) Jangkauan UMKM
- 5) Pertumbuhan Laba

b. Jaringan (X)

Menurut Presutti & Odorici (2018) jaringan merupakan hubungan dengan pihak lain yang menjadi sumber daya dan informasi yang tersedia bagi suatu perusahaan yang bisa membantu dalam pengembangan bisnis. Menurut Presutti & Odorici (2018), indikator yang digunakan untuk mengukur jaringan adalah sebagai berikut.

- 1) Jaringan sosial
 - a) Jaringan kontak sosial
 - b) Hubungan profesional
 - c) Aktifitas sosial informal
- 2) Jaringan bisnis
 - a) Hubungan dekat dengan pelanggan
 - b) Hubungan dekat dengan pemasok dan pesaing

c. Inovasi (M)

Inovasi merupakan strategi yang dapat membantu perusahaan menjadi kompetitif dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan (Madrid-Guijarro *et al.*, 2009). Indikator untuk mengukur variabel inovasi menurut Madrid-Guijarro *et al.*, (2009) adalah sebagai berikut:

- 1) Perubahan pada produk baru
- 2) Pemasaran produk baru
- 3) Perubahan pada proses operasi
- 4) Penambahan peralatan baru
- 5) Manajemen

2. PENGUJIAN INSTRUMEN PENELITIAN

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghazali, 2018). Berdasarkan hasil uji validitas instrumen menggunakan jaringan (X), kinerja UMKM (Y), dan inovasi (M) mempunyai koefisien korelasi diatas 0,3 dan semuanya bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator pernyataan yang diujikan valid, artinya bahwa semua butir pernyataan (*instrument*) dalam kuesioner tersebut dapat mengukur variabel penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur indikator atau pernyataan pada kuesioner dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghazali, 2018). Menurut Nunnally dalam Ghazali (2018), uji reliabilitas diukur menggunakan *cronbach's alpha*. Jika nilai α (*cronbach's alpha*) $< 0,7$ maka item variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,7$ dan *Cronbach's Alpha If Item Deleted* $> 0,7$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan dalam pengujian reliabilitas data terhadap variabel jaringan (X), kinerja UMKM (Y), dan inovasi (M) semuanya reliabel, yang artinya kuesioner yang digunakan dalam penelitian mampu memberikan hasil yang konsisten apabila dipakai secara berulang kali dari waktu ke waktu dengan adanya kesamaan jawaban antar responden yang terlibat dalam pengisian kuesioner tersebut.

F. HASIL PENELITIAN

Tabel 1

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	<i>Standardized Coefficient Beta</i>	<i>p-value (sig)</i>	Keterangan
X-Y	0,537	0,000	Positif dan Signifikan
X-M	0,417	0,000	Positif dan Signifikan
M-Y	0,521	0,000	Positif dan Signifikan
X-M-Y	0,387	0,000	<i>Partial Mediation Significantly different from Zero</i>

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

1. Pengaruh Jaringan terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa nilai koefisien regresi Jaringan (X) terhadap Kinerja UMKM (Y) sebesar 0,537 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p\text{-value} < 0,05$), sehingga diperoleh persamaan garis regresi sebagai berikut, $Y = 0,537X$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini yaitu Jaringan berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM dapat diterima.

Diterimanya hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin beragam Jaringan yang dimiliki oleh pelaku UMKM Kerajinan di Kabupaten Purworejo mampu meningkatkan kinerja di dalam UMKM.

Upaya yang dilakukan pelaku usaha untuk meningkatkan kinerja UMKM yaitu dengan membangun dan memanfaatkan jaringan usaha. Koneksi dan hubungan yang dibangun oleh pelaku UMKM dengan berbagai pihak, seperti pemasok, pelanggan, pesaing, lembaga keuangan, pemerintah, dan komunitas pengrajin lainnya dapat membuka akses UMKM ke berbagai sumber daya yang mungkin sulit didapatkan secara mandiri, misalnya melalui jaringan dengan pemasok UMKM dapat memperoleh bahan baku dengan harga yang lebih murah atau kualitas yang lebih baik. Melalui jaringan dengan lembaga keuangan, UMKM dapat lebih mudah mendapatkan pinjaman modal. Dengan demikian, jaringan dapat memberikan berbagai manfaat bagi UMKM, yang pada akhirnya dapat memengaruhi kinerja secara signifikan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Hendriyanto (2015) yang menyatakan bahwa Jaringan usaha berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM. Penelitian lain yang

dilakukan oleh Widiyati dan Hasanah (2023) juga menunjukkan bahwa *business networking* (jaringan usaha) berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

2. Pengaruh Jaringan terhadap Inovasi

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa nilai koefisien regresi Jaringan (X) terhadap Inovasi (M) sebesar 0,417 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p\text{-value} < 0,05$), sehingga diperoleh persamaan garis regresi sebagai berikut, $M = 0,417X$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini yaitu Jaringan berpengaruh positif terhadap Inovasi dapat diterima.

Diterimanya hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin luas jaringan yang dimiliki pelaku UMKM Kerajinan di Kabupaten Purworejo maka semakin besar kemungkinan UMKM tersebut menerapkan inovasi dengan baik. Artinya, melalui interaksi dengan berbagai pihak lain dapat memicu munculnya ide-ide baru dan inovasi yang dapat diterapkan dalam pengembangan produk, seperti adanya pelatihan atau workshop yang diselenggarakan oleh jaringan bisnis dapat membantu UMKM dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan bagi pelaku UMKM. Dengan demikian, jaringan berperan penting dalam peningkatan inovasi bagi UMKM untuk tetap berdaya saing di pasar yang terus berubah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nunes *et al.*, (2019) menemukan bahwa perusahaan yang terlibat secara intensif dalam jaringan mampu meningkatkan peluang dalam menciptakan inovasi yang lebih tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh Feranita *et al.*, (2022) juga yang menyatakan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara jaringan dengan inovasi.

3. Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan tabel 1 diketahui nilai koefisien regresi Inovasi (M) terhadap Kinerja UMKM (Y) sebesar 0,521 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p\text{-value} < 0,05$), sehingga diperoleh persamaan garis regresi sebagai berikut, $Y = 0,521M$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini yaitu Inovasi berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM dapat diterima.

Diterimanya hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi inovasi yang diterapkan oleh pelaku usaha kerajinan di Kabupaten Purworejo maka akan meningkatkan Kinerja UMKM dengan baik.

Upaya yang dilakukan pelaku usaha untuk meningkatkan kinerja UMKM yaitu dengan melakukan inovasi produk. Berinovasi menciptakan produk baru yang menarik minat konsumen, berkualitas serta memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan pesaing, seperti menambahkan layanan tambahan kepada konsumen sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Berinovasi pada proses untuk meningkatkan efisiensi dan produktifitas UMKM, seperti penggunaan teknologi mesin sehingga dapat mempercepat proses produksi dan mengurangi biaya produksi. Selain itu, pelaku usaha juga mengembangkan inovasi pemasaran untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Penggunaan media sosial bagi memungkinkan pelaku UMKM dapat berinteraksi langsung dengan konsumen, mempromosikan produk, dan membangun merek yang kuat. Dengan demikian, inovasi memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja UMKM.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Mulyani & Wijayani (2017) yang menyatakan bahwa inovasi berpengaruh untuk keberlangsungan kinerja usaha perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Anwar (2018) juga menyatakan bahwa adanya hubungan yang positif dan signifikan antara inovasi dengan kinerja UMKM.

4. Pengaruh Jaringan terhadap Kinerja UMKM melalui Inovasi

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa nilai koefisien Jaringan (X) terhadap Kinerja UMKM (Y) sebesar 0,537 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p\text{-value} < 0,05$). Setelah diregresi bersama Inovasi (M), nilai koefisien regresi Jaringan (X) terhadap Kinerja UMKM (Y) menjadi 0,387 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p\text{-value} < 0,05$). Hal ini membuktikan bahwa hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini yaitu Jaringan berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM yang dimediasi oleh Inovasi, dalam hal ini berupa memediasi parsial (partial mediation) dapat diterima, sebab (Y) akan tetap signifikan apabila ada kenaikan atau penurunan nilai koefisien diantara keduanya.

Hal ini membuktikan bahwa hipotesis keempat (H4) yaitu Jaringan berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM dengan Inovasi sebagai variabel mediasi. Artinya, inovasi menunjukkan bahwa dapat dijadikan sebagai mediasi antara jaringan dan kinerja UMKM. Ketika jaringan diterapkan dengan upaya inovasi produk seperti pengembangan varian produk baru, mengadopsi teknologi dalam proses produksi, melakukan uji coba terhadap metode atau teknik baru dalam proses produksi. Selain itu pelaku usaha juga mengembangkan inovasi pemasaran dengan memanfaatkan e-commerce dan media

sosial sebagai tempat untuk melakukan pemasaran secara online serta aktif berpartisipasi dalam pameran atau event lokal yang diselenggarakan oleh pemerintah atau pihak yang relevan dengan produk kerajinan. Secara langsung dan tidak langsung hal ini akan memengaruhi inovasi pada UMKM. Serta apabila inovasi dikembangkan secara berkelanjutan dengan melakukan proses manajemen yang efektif dan efisien, pemantauan secara terus menerus untuk memastikan bahwa produk yang diproduksi memiliki kualitas unggul, menekankan pentingnya konsistensi dalam produk dan layanan maka akan meningkatkan Kinerja UMKM dengan baik.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad et al. (2010) yang menyatakan bahwa hubungan antara jaringan usaha dengan kinerja dipengaruhi oleh kemampuan berinovasi.

G. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengaruh jaringan terhadap kinerja UMKM melalui inovasi sebagai variabel mediasi (Studi Pada UMKM Kerajinan di Kabupaten Purworejo), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Jaringan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM.
2. Inovasi berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM.
3. Jaringan berpengaruh positif terhadap Inovasi.
4. Inovasi memediasi pengaruh Jaringan terhadap Kinerja UMKM secara parsial.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. (2018). *Business model innovation and SMEs performance—does competitive advantage mediate? International Journal of Innovation Management*, 22(07), 1850057.
- Ardiana, I., Brahmayanti, I. A., & Subaedi, S. (2010). Kompetensi SDM UKM dan pengaruhnya terhadap kinerja UKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), 42–55.
- Bird, B. (1995). *Towards a Theory of Entrepreneurial Competency: Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*. CT: JAI Press, Greenwich.

- Darmanto, Lilis Sulistyani, & Sri Wardaya. (2018). *Kiat percepatan kinerja UMKM dengan model strategi orientasi berbasis lingkungan*.
- Dinas Kominfo Kabupaten Purworejo. (2022). *Dorong UMKM Berorientasi Ekspor, Narsum dari Melbourne Dihadirkan*. <https://www.purworejokab.go.id/web/read/2534/dorong-umkm-berorientasi-ekspor-narsum-dari-melbourne-dihadirkan.html>
- Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah. (2023). *UMKM yang terdapat di Kabupaten Purworejo*. www.dinkop-umkm.jatengprov.go.id
- Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah. (2023). *UMKM yang terdapat di Kabupaten Purworejo*. www.dinkop-umkm.jatengprov.go.id
- Faems, D., Van Looy, B., & Debackere, K. (2005). Interorganizational collaboration and innovation: Toward a portfolio approach. *Journal of Product Innovation Management*, 22(3), 238–250.
- Feranita, N. V., Nugraha, A., & Sukoco, S. A. (2022). Networks, Innovation, And Smes Performance In Indonesia East Corridors. *International Social Sciences and Humanities*, 1(1), 7–13.
- GINANJAR SUENDRO. (2010). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Kasus Pada Industri Kecil Dan Menengah Batik Pekalongan)*.
- Halim, A. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju. *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 2(1), 31–46.
- Han, J. K., Kim, N., & Srivastava, R. K. (1998). Market orientation and organizational performance: is innovation a missing link? *Journal of Marketing*, 62(4), 30–45.
- Hazlina Ahmad, N., Ramayah, T., Wilson, C., & Kummerow, L. (2010). Is entrepreneurial competency and business success relationship contingent upon business environment? A study of Malaysian SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16(3), 182–203.
- Hendriyanto, A. (2015). Analisis pengaruh jaringan usaha dan inovasi terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 6(1), 44–49.
- Imam Ghazali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Negeri Diponegoro.
- Laily, N. (2016). Analisis Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Terhadap Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (Pdrb). *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 4(3).
- Madrid-Guijarro, A., Garcia, D., & Van Auken, H. (2009). Barriers to innovation among Spanish manufacturing SMEs. *Journal of Small Business Management*, 47(4), 465–488.
- Mahzuni, D., Zakaria, M. M., & Septiani, A. (2017). Pengembangan Kerajinan Tangan Berbasis Kearifan Budaya di Pakenjeng Kabupaten Garut. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 6(2).

- Martin, R. (2015). Differentiated knowledge bases and the nature of innovation networks. In *Global and Regional Dynamics in Knowledge Flows and Innovation* (pp. 102–120). Routledge.
- Monica, M., & Widjaja, H. (2019). Pengaruh Dukungan Publik, Kelembagaan, Jaringan Sosial, Bisnis, dan Kepribadian Terhadap Kinerja Kewirausahaan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1(4), 748-758.
- Mulyani, S., & Wijayani, D. R. (2017). Penerapan TQM dan Kinerja Inovasi terhadap Kinerja Manajerial Industri Rokok Kabupaten Kudus. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 1(2).
- Mustafa, M., & Khan, A. (2020). *The role of social networks in enhancing SME performance: Access to resources, information, and support*. *Journal of Small Business Management*, 58(3), 476-492. <https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1752769>
- Nunes, S., Lopes, R., & Fuller-Love, N. (2019a). Networking, innovation, and firms' performance: Portugal as illustration. *Journal of the Knowledge Economy*, 10, 899–920.
- Prabatmodjo, H. (1996). Pengembangan Jaringan Usaha Bagi Usaha Kecil Dan Menengah Dalam Rangka Menghadapi Integrasi Ekonomi Global. *BAHASAN UTAMA*.
- Presutti, M., & Odorici, V. (2018). Linking entrepreneurial and market orientation to the SME's performance growth: the moderating role of entrepreneurial experience and networks. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15, 697–720.
- Putri, A., & Lestari, D. (2020). *Social networks and competitive advantage: The role of social capital in SME innovation and adaptability*. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(2), 137-152. <https://doi.org/10.1007/s13132-020-00521-4>
- Sasono, E., & Yuliana, R. (2014). Manajemn Inovasi Pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Stie Semarang (Edisi Elektronik)*, 6(3), 74–90.
- Shaukat, S., Nawaz, M. S., & Naz, S. (2013). Effects of innovation types on firm performance: An empirical study on Pakistan's manufacturing sector. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 7(2), 243–262.
- Smith, J., Brown, L., & Patel, R. (2021). *Building trust and reputation through social networks: Implications for long-term business relationships*. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 36(5), 643-659. <https://doi.org/10.1108/JBIM-11-2019-0401>.
- Suendro, G. (2010). Analisis pengaruh inovasi produk melalui kinerja pemasaran untuk mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan (Studi Kasus Pada Industri Kecil dan Menengah Batik Pekalongan). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 10(3), 317-326.
- Susanti, M., & Rahayu, T. (2019). *Building trust and reputation through social networks for customer acquisition and retention*. *Journal of Small Business Strategy*, 29(3), 89-102. <https://doi.org/10.1080/10770049.2019.1645641>
- Utami, D. (2013). *Pengaruh Total Quality Management dan Pengendalian Personal Terhadap Kinerja Manajerial (Studi Empiris Pada Hotel Bintang 2,3 dan 4 di Kota Padang*.

- Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2004). The development and validation of the organisational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, 7(4), 303–313.
- Widiyati, D., & Hasanah, N. (n.d.). Pengaruh Business Networking, Praktik Operasional Hijau, dan Akuntansi Digital terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen E-ISSN*, 2598, 4950.
- Yusuf, A., & Soelaiman, L. (2022). Pengaruh Keterampilan, Orientasi Pasar, dan Jaringan Usaha terhadap Kinerja UMKM Melalui Kompetensi Wirausaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 22–30.