

Peran Jaringan Inovasi Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia

Ragil Pardiyono*

Prodi Teknik Industri, Universitas Jenderal Achmad Yani, Bandung, Indonesia

Jahny Sastradiharja

Prodi Teknik Industri, Universitas Jenderal Achmad Yani, Bandung, Indonesia

Gianti Puspawardhani

Prodi Teknik Industri, Universitas Jenderal Achmad Yani, Bandung, Indonesia

Oviyan Patra

Prodi Teknik Industri, Universitas Jenderal Achmad Yani, Bandung, Indonesia

Hendi Suryana

Prodi Teknik Industri, Universitas Jenderal Achmad Yani, Bandung, Indonesia

***Corresponding Author**

Ragil Pardiyono

ragil.pardiyono@lecture.unjani.ac.id

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history :

Received:
18 March 2025
Revised:
30 April 2025
Accepted:
30 May 2025

This study aims to test network innovation. The proven network innovation model is the Kaplan & Winby model, namely associations, suppliers, customers and government. Based on references from several countries, none have discussed network innovation for MSMEs affected by the Covid pandemic. So this study will test the innovation of the role of networks for the revival of MSMEs after the pandemic. Data was taken based on a questionnaire on MSMEs in the Bandung City area. Then the data processing uses the SPSS software application. Based on the results of data processing, the results obtained that partially based on the coefficient values of the association coefficients, suppliers, customers and show a direct influence on the Economic Recovery of MSMEs. Meanwhile, based on t count by taking a significance level of 5%, it is proven that the test is not significant or there is an influence from suppliers on the Economic Recovery of MSMEs. Simultaneously, it was obtained that 57.76% of the Economic Recovery of MSMEs was influenced by the variables of suppliers, associations, consumers and government. So it can be concluded that there is a linear relationship between suppliers, associations, consumers and the government on the Economic Recovery of MSMEs (Y) with a coefficient of determination (R^2) = 57.76% or 57.76, this can also be interpreted that the influence of variables outside the model is small, namely $1-R^2 = 1-57.76\% = 42.24\%$ (error).

Keywords: Covid; Network; Innovation; MSME; Rise

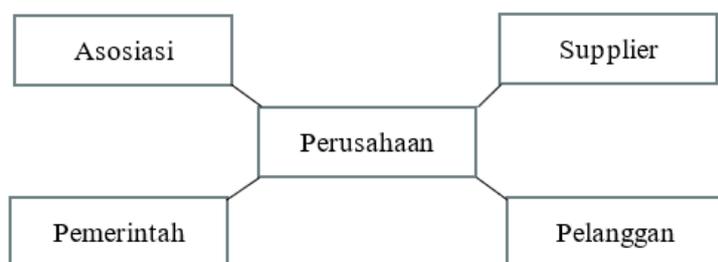
PENDAHULUAN

UMKM memainkan peran signifikan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia, mencakup 99% dari total unit usaha di negara ini. Sektor ini berkontribusi sebesar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 96,9% tenaga kerja nasional. Hingga tahun 2022, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 8,71 juta unit usaha (Kementerian Koordinator Perekonomian RI, 2022). Namun, pandemi Covid-19 yang berlangsung dari awal 2020 hingga pertengahan 2022 membawa dampak yang cukup berat bagi sektor UMKM. Berdasarkan survei ILO Indonesia pada 2021, sebanyak 52% UMKM harus tutup, 32% mengalami penurunan pendapatan lebih dari setengahnya, dan sisanya terpaksa mengurangi jumlah pekerja (Indonesia, The National Team For The Acceleration of Poverty Reduction, 2022). Bantuan modal usaha menjadi program yang paling dibutuhkan oleh UMKM untuk bangkit dari keterpurukan akibat pandemi (Kementerian Koordinator Perekonomian RI, 2022).

Menurut Kemenko Perekonomian, Pemerintah telah menyediakan insentif dukungan bagi UMKM melalui program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) pada tahun 2020 dan dilanjutkan di 2021. Realisasi PEN sebesar Rp 112,84 triliun pada 2020, dan pada 2021 sebesar Rp 121,90 triliun untuk mendukung UMKM (Sari, 2022). Namun besarnya bantuan pemerintah tersebut belum bisa membangkitkan semua UMKM yang bangkrut terdampak pandemi, dari 83,72 persen UMKM yang membutuhkan, hanya 16,13 persen yang menerima bantuan tersebut. Sisanya harus berupaya sendiri untuk bangkit dari keterpurukan akibat covid. (Sari, 2022).

Salah satu upaya yang dapat dilakukan UMKM untuk bangkit dari keterpurukan adalah dengan mengembangkan jaringan inovasi usaha. Menurut Wardner et al., (2015) jaringan inovasi adalah jaringan pengembangan usaha untuk mendukung dalam memulai usaha atau mengembangkannya serta membantu mencapai keuntungan usaha. Menurut Shah et al., (2017) Jaringan Inovasi dapat untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas, inovasi, keunggulan, kolaborasi dan membina kerjasama antara mitra dan pemangku kepentingan. Menurut Laperche & Liu (2016) jaringan inovasi merupakan cara untuk menuju perusahaan yang lebih besar. McAdam et al., (2013) menyebutkan jaringan inovasi dapat meningkatkan daya saing dan hubungan timbal balik bagi usahanya. Mohannak (2007); Rehm & Goel (2017) mengemukakan jaringan inovasi akan saling melengkapi antara mitra inovasi untuk memperluas sumber daya dan mengatasi masalah keterbatasan sumber daya.

Model jaringan inovasi yang sudah teruji yaitu model *Thought Leader Resources Networks* dari Kaplan & Winby (2012) seperti gambar berikut :



Gambar 1. *Thought Leader Resources Networks*

Penelitian ini akan mengelaborasi dampak penerapan model *Thought Leader Resources Networks* berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM yang bangkrut karena kekurangan modal akibat pandemic Covid-19. Maka akan diperiksa pengaruh semua dimensi model *Thought*

Leader Resources Networks (supplier, pelanggan, pemerintah, dan asosiasi) terhadap upaya pemulihan UMKM bangkrut karena kekurangan modal pasca terdampak pandemic covid. Alat untuk memeriksa tersebut menggunakan Analisis Regresi Berganda

KERANGKA TEORITIS

State of The Art

Pandemi covid-19 telah menyebabkan UMKM mengalami banyak kesulitan. Modal usaha merupakan program bantuan yang paling banyak dibutuhkan oleh UMKM untuk bangkit dari keterpurukan akibat pandemi covid. Menurut La Rocca & Snehota (2013) jaringan inovasi dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaan. Acemoglu et al., (2016) menyampaikan jaringan inovasi usaha merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan UMKM untuk bangkit dari keterpurukan. Menurut Wardner et al., (2017) dan Shah et al., (2015) jaringan inovasi adalah jaringan pengembangan usaha untuk mendukung dalam memulai usaha atau mengembangkannya serta membantu mencapai keuntungan usaha.

Pada tahun 1980-an, Christopher Freeman memperkenalkan konsep Jaringan Inovasi yang menyoroti pentingnya interaksi antara berbagai aktor inovasi, termasuk pemerintah, universitas, lembaga penelitian, dan industri di Jepang. Freeman menemukan bahwa kemajuan teknologi di Jepang sangat dipengaruhi oleh sinergi dan kerja sama erat antara para aktor tersebut (Freeman, 1991).

Sejauh ini jaringan inovasi telah menjadi sumber keunggulan kompetitif yang penting, meskipun keunggulan ini tidak mudah diperoleh (Liu et al., 2020). Ada berbagai pengertian tentang inovasi, tetapi secara umum dapat dipahami sebagai mekanisme dimana organisasi menghasilkan produk baru, proses dan sistem yang diperlukan untuk adaptasi terhadap pasar yang dinamis, teknologi dan bentuk persaingan (Dougherty & Hardy, 1996); D'Aveni, 2010; Utterback et al., 2018). Model jaringan inovasi yang sudah teruji untuk mengembangkan usaha adalah model *Thought Leader Resources Networks* dari Kaplan & Winby (2010). Model ini terdiri dari supplier, pelanggan, pemerintah dan asosiasi.

Ada beberapa penelitian mengenai pengembangan jaringan inovasi yang dilakukan diberbagai negara, antara lain oleh Lefebvre et al., (2014) meneliti dengan sampel 231 UKM di enam negara Uni Eropa. Hasilnya menunjukkan UMKM lebih menyukai jaringan yang terdiri produsen dan anggota rantai pasokan. Pilihan jaringan ini dipengaruhi oleh interaksi antara atribut jaringan dan pengalaman perusahaan serta tujuan inovasi.

Menurut Najafi-Tavani et al., (2018) Jaringan inovasi berfokus pada kolaborasi berbagai aktor yang mengarah pada inovasi, elemen jaringan inovasinya adalah *suppliers*, pelanggan, pesaing, dan lembaga penelitian. Rehm & Goel (2017) menawarkan model konseptual tentang bagaimana saling melengkapi dalam jaringan inovasi UKM dengan bantuan sistem informasi untuk meningkatkan kemampuan perusahaan.

Dodourova & Bevis (2014) melakukan penyelidikan tentang penerapan konsep jaringan inovasi untuk industri mobil Eropa. Data yang digunakan diambil dari responden berpengalaman yang diwawancarai di tujuh negara Eropa. Hasilnya menyimpulkan jaringan inovasi yang dibutuhkan oleh industri mobil adalah perantara atau distributor. Hal tersebut juga sama seperti temuan Lin (2004) bahwa perusahaan manufaktur di Taiwan memerlukan jaringan perantara atau distributor.

Berdasarkan beberapa referensi penelitian diberbagai negara, maka penelitian ini akan mengelaborasi dampak penerapan model *Thought Leader Resources Networks* berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM yang bangkrut karena kekurangan modal akibat pandemic Covid-19 di Indonesia.

METODE

Pengembangan Hipotesis Penelitian

Berdasarkan theoretical background diatas maka akan disusun hipotesis untuk mencari jawaban dari tujuan penelitian. Pada gambar 1 disajikan model hipotesis antar variabel, terdapat 5 hipotesis yang akan diuji pada tahap selanjutnya, berikut adalah hipotesisnya,

1. Hipotesis 1 : supplier berpengaruh positif terhadap jaringan inovasi
Supplier adalah pihak perorangan atau bisnis yang memasok atau menyuplai produk barang atau jasa kepada bisnis lain baik itu ke perorangan atau perusahaan (Kaplan & Winby, 2012). Indikator pengukurannya adalah pemasok bahan baku adalah perusahaan yang modalnya kuat, pemasok memiliki harga bersaing, pemasok memberikan potongan harga, pemasok menerima penundaan pembayaran, pemasok mengirimkan pesanan dengan cepat, pemasok memperkenalkan produk baru dengan kelebihannya, hilangnya potensi keuntungan jika berpindah supplier, munculnya biaya jika berpindah supplier, dan perusahaan yang dipasok bernilai dimata supplier.
2. Hipotesis 2 : pelanggan berpengaruh positif terhadap jaringan inovasi
Pelanggan merupakan individu atau organisasi yang membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan (Kaplan & Winby, 2012). Variabel pelanggan mempunyai indikator pengukuran yaitu perusahaan mengeluarkan katalog produk yang lengkap, perusahaan mengeluarkan daftar harga yang lengkap, perusahaan memiliki pedoman untuk potongan harga, perusahaan menjual produk secara grosir dan eceran, selalu muncul pelanggan baru, pelanggan besar bisa diidentifikasi, dan pelanggan besar muncul pada musim tertentu.
3. Hipotesis 3 : pemerintah berpengaruh positif terhadap jaringan inovasi
Pemerintah diartikan sebagai organisasi yang memiliki kewenangan untuk mengatur komunitas di wilayah tertentu, yang umumnya adalah negara (Kaplan & Winby, 2012). Indikator pengukuran adalah bidang industry ini regulasinya tidak diatur secara ketat perihal bahan baku, bidang industry ini regulasinya tidak diatur secara ketat perihal penentuan harga, bidang industry ini regulasinya tidak diatur secara ketat perihal pajak, pemerintah tidak memberikan proteksi terhadap bidang industry perusahaan ini, pemerintah tidak memberikan subsidi/insentif terhadap bidang industry perusahaan ini, bidang industry perusahaan ini dikenakan pajak yang sama mengikuti peraturan yang berlaku.
4. Hipotesis 4 : asosiasi berpengaruh positif terhadap jaringan inovasi
Asosiasi adalah organisasi yang mewadahi perusahaan bidang tertentu (Kaplan & Winby, 2012). Indikator pengukurannya adalah penjualan yang tinggi dari tahun ke tahun, tidak ada perusahaan yang gulung tikar, jumlah permintaan yang terus meningkat, tidak ada perusahaan yang dominan dalam bidang industry yang bersangkutan, muncul perusahaan-perusahaan baru, kekuatan masing-masing perusahaan relative seimbang.

Instrument development

Kuesioner menjadi alat pengumpulan data yang menggambarkan sampel untuk percakapan antara peneliti dan responden (Sekaran & Bougie, 2007). Peran kuesioner sangat vital dalam kegiatan survei, maka untuk mengurangi kesalahan respon, kuesioner harus dibuat sesuai dengan baik (Krosnick, 2018). Kuisisioner penelitian ini menggunakan skala likert lima point untuk menghindari bias yaitu 1 berarti pada sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 kurang setuju, 4 setuju, dan 5 sangat setuju (Pardiyono & Nugrahati, 2020).

Kuesioner menggunakan pertanyaan tertutup dan terbuka. Pertanyaan tertutup membatasi responden untuk menjawab, sedangkan terbuka memberikan kebebasan kepada responden dalam menjawab (Chrabanski, 2014). Isian kuesiner dibagi menjadi dua, pertama berisi data responden yang antara lain, email, jenis umkm, tahun berdiri, omset perbulan. Bagian kedua merupakan penilaian terhadap jaringan inovasi terhadap kebutuhan usaha. Pengumpulan data awal sebanyak 30 responden untuk uji validitas dan reliabilitas menggunakan scale reliability dan korelasi Spearman Rho (Gibbons & Chakraborti, 2011)

Sampling and Data Colection

Responden adalah para pelaku usaha kecil di Kota Bandung dan penentuan responden menggunakan teknik sampel random. Penentuan ukuran sampel penelitian bisa dilakukan dengan berbagai cara antara lain menurut Pardiyono dan Puspita (2020) Pardiyono dan Sastradiharja (2022); Pardiyono (2022) bahwa sampel minimal 4 kali variabel. Penyusunan kuesioner, menggunakan pertanyaan tertutup dan terbuka. Menggunakan skala *likert* 1 sampai 6. Penggunaan skala ini dimaksudkan untuk menghindari data yang bias, karena kalau menggunakan skala ganjil maka kecenderungan responden akan menjawab netral (Pardiyono et al., 2020; Pardiyono & Puspita, 2021; Pardiyono & Sastradiharja, 2023; Pardiyono et al., 2022).

Pengumpulan data I, kuesioner diuji cobakan kepada 30 responden untuk dilakukan pengujian kuesioner untuk mengetahui validitas reliabilitasnya. Uji validitas reliabilitas, menggunakan metode *scale reliability* dan korelasi *Spearman Rho* (Pardiyono & Puspita, 2022) Pengumpulan data II, dilaksanakan setelah alat ukur dinyatakan valid dan reliabel. Pengolahan data menggunakan *software* SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner disebarakan kepada UMKM di Kota Bandung, Berdasarkan hasil pengumpulan data diperoleh data demografi responden sebagai berikut :

Tabel 1. Informasi Demografis Responden

Profil Responden		Jumlah
Bidang Usana	Manufaktur	67
	Jasa	6
	Lainnya	14
		87
Lama Usaha	5 tahun	18
	10 tahun	62

Profil Responden	Jumlah
10 tahun	7
	87

Secara Simultan

Untuk mengetahui besar pengaruh pemasok, asosiasi, konsumen dan pemerintah secara simultan terhadap Pemulihan Ekonomi UMKM (Y), dilakukan pengolahan data yang telah diperoleh dari penyebaran kuesioner dan menggunakan program SPSS for windows. Dari hasil pengolahan data dengan SPSS for windows diperoleh hasil berikut:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.763 ^a	.760	.716	.63520	.760	1.366	4	85	.000

a. Predictors: (Constant), Pemerintah, Konsumen, Asosiasi, Pemasok

Gambar 2. Hasil Perhitungan Analisis Regresi

Sumber: Data primer yang telah diolah

Kriteria

- Jika $F_{hit} \geq F_{tabel}$ dengan taraf signifikan 5% maka pengujian signifikan atau ada pengaruh nyata dari pemasok, asosiasi, konsumen dan pemerintah atau setidaknya dari salah satunya terhadap variabel terikat Y.
- Jika $F_{hit} < F_{tabel}$ dengan taraf signifikan 5% maka pengujian tidak signifikan atau tidak ada pengaruh nyata dari pemasok, asosiasi, konsumen dan pemerintah terhadap variabel terikat Y.

Bila dilihat dari R square sebesar 0,760 menunjukkan bahwa pengaruh seluruh variabel pemasok, asosiasi, konsumen dan pemerintah secara simultan terhadap Pemulihan Ekonomi UMKM (Y) adalah sebesar 0,760. Sedangkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pemasok, asosiasi, konsumen dan pemerintah terhadap Pemulihan Ekonomi UMKM (Y) maka perlu digunakan analisis koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut:

$$K_d = (R_x)^2 \times 100\%$$

$$K_d = (0,760)^2 \times 100\%$$

$$K_d = 57,76\%$$

Dimana : K_d = Koefisien determinasi

$(R_x)^2$ = Koefisien korelasi

Dari hasil yang diperoleh dapat dilihat bahwa 57,76% Pemulihan Ekonomi UMKM (Y) dipengaruhi oleh variabel pemasok, asosiasi, konsumen dan pemerintah. Selanjutnya perlu dilakukan pengujian apakah terdapat pengaruh yang kuat secara simultan antara pemasok, asosiasi, konsumen dan pemerintah terhadap Pemulihan Ekonomi UMKM (Y), dapat dilihat dari hasil pengujian berikut:

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.205	4	.551	31.366	.000 ^b
	Residual	4.295	85	.403		
	Total	36.500	89			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), Pemerintah, Konsumen, Asosiasi, Pemasok

Gambar 3. Hasil Perhitungan Analisis Regresi

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan analisis dengan SPSS, diperoleh nilai F hitung sebesar 31,366. Kriteria penolakan H_0 berlaku jika F hitung melebihi F tabel, dengan taraf signifikansi α sebesar 5%. Dari tabel distribusi F, diperoleh nilai F tabel sebesar 1,96 atau dapat dilihat dari nilai sigF sebesar 0,00, yang menunjukkan hasil signifikan karena α berada di bawah 5%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier antara pemasok, asosiasi, konsumen, dan pemerintah terhadap Pemulihan Ekonomi UMKM (Y), dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 57,76%. Ini berarti 57,76% dari variabilitas dalam pemulihan ekonomi UMKM dijelaskan oleh variabel-variabel tersebut, sementara sisanya sebesar 42,24% ($1 - R^2$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model (error).

Secara Parsial

Pengujian secara parsial atau untuk mengetahui variabel bebas pemasok, asosiasi, konsumen dan pemerintah mana yang berpengaruh signifikan terhadap Pemulihan Ekonomi UMKM (Y) diuji dengan menggunakan uji t.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.961	.679		4.359	.000
	Pemasok	.135	.082	.181	1.652	.102
	Asosiasi	.220	.072	.299	-.274	.785
	Konsumen	.126	.096	.145	1.311	.193
	Pemerintah	.200	.081	.138	-1.226	.224

a. Dependent Variable: Y

Gambar 4. Coefisients

Sumber: Data primer yang telah diolah

• Pemasok

Nilai Koefisien jalur pemasok sebesar 0.181, menunjukkan bahwa pengaruh langsung dari pemasok terhadap Pemulihan Ekonomi UMKM (Y) adalah $(0.181)^2 = 0.033$. Sementara t_{hitung} sebesar 3.434 Dengan mengambil taraf signifikan sebesar 5%, maka nilai t_{tabel} sebesar 1.96, maka $t_{hit} \geq t_{tabel}$ maka pengujian tidak signifikan atau **ada pengaruh** dari pemasok terhadap Pemulihan Ekonomi UMKM (Y)

- **Asosiasi**

Nilai Koefisien jalur asosiasi sebesar 0.299 menunjukkan bahwa pengaruh langsung dari asosiasi terhadap Pemulihan Ekonomi UMKM (Y) adalah $(0.299)^2 = 0.089$. Sementara t_{hitung} sebesar 4.183 Dengan mengambil taraf signifikan sebesar 5%, maka nilai t_{tabel} sebesar 1.96, maka $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka pengujian tidak signifikan atau **ada pengaruh** dari asosiasi terhadap Pemulihan Ekonomi UMKM (Y)

- **Konsumen**

Nilai Koefisien jalur konsumen sebesar 0.145, menunjukkan bahwa pengaruh langsung dari konsumen terhadap Pemulihan Ekonomi UMKM (Y) adalah $(0.145)^2 = 0.021$. Sementara t_{hitung} sebesar 3.217 Dengan mengambil taraf signifikan sebesar 5%, maka nilai t_{tabel} sebesar 1.96, maka $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka pengujian tidak signifikan atau **ada pengaruh** dari konsumen terhadap Pemulihan Ekonomi UMKM (Y)

- **Pemerintah**

Nilai Koefisien jalur pemerintah sebesar 0.138, menunjukkan bahwa pengaruh langsung dari pemerintah terhadap Pemulihan Ekonomi UMKM (Y) adalah $(0.138)^2 = 0.019$. Sementara t_{hitung} sebesar 4.210 Dengan mengambil taraf signifikan sebesar 5%, maka nilai t_{tabel} sebesar 1.96, maka $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka pengujian tidak signifikan atau **ada pengaruh** dari pemerintah terhadap Pemulihan Ekonomi UMKM (Y)

PEMBAHASAN

Jaringan inovasi yang mencakup pemasok, asosiasi, konsumen, dan pemerintah memainkan peran penting dalam mendukung pemulihan ekonomi UMKM. Berikut adalah pembahasan mengenai pengaruh setiap variabel ini terhadap proses pemulihan tersebut:

1. Pemasok

Pemasok menyediakan bahan baku, teknologi, dan sumber daya lain yang mendukung produksi UMKM. Dalam jaringan inovasi, pemasok dapat menawarkan solusi yang lebih efisien, seperti penyesuaian pasokan atau harga yang lebih fleksibel, yang membantu UMKM mengurangi biaya produksi. Dengan adanya kolaborasi yang kuat antara UMKM dan pemasok, UMKM bisa mendapatkan akses ke inovasi produk atau teknologi terbaru yang dapat meningkatkan kualitas dan daya saing produk mereka. Ini sangat penting dalam pemulihan ekonomi UMKM, karena mereka dapat meningkatkan kapasitas produksi dan mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar (Lefebvre et al., 2014).

2. Asosiasi

Asosiasi memainkan peran sebagai jembatan antara UMKM dan berbagai pemangku kepentingan dalam jaringan inovasi, termasuk dalam hal advokasi, pelatihan, dan akses terhadap pengetahuan dan peluang pasar. Dalam konteks pemulihan ekonomi, asosiasi dapat memfasilitasi kerja sama antara UMKM dan menghubungkan mereka dengan sumber daya penting, seperti akses ke modal, teknologi, atau pelatihan. Selain itu, asosiasi dapat mendorong advokasi kebijakan yang lebih baik di sektor UMKM, seperti insentif pajak atau subsidi yang dapat mempercepat pemulihan ekonomi UMKM pascapandemi atau krisis ekonomi lainnya (Najafi-Tavani et al., 2018).

3. Konsumen

Konsumen adalah penggerak utama dalam siklus permintaan UMKM. Melalui jaringan inovasi, UMKM dapat mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai kebutuhan dan preferensi konsumen. Inovasi produk atau layanan yang lebih sesuai dengan tren dan kebutuhan pasar akan menarik konsumen untuk kembali membeli dari UMKM. Ketika konsumen merasa puas dengan produk atau layanan dari UMKM, mereka akan menjadi pelanggan loyal dan turut mempromosikan UMKM secara organik. Hal ini menciptakan peningkatan permintaan yang sangat diperlukan untuk mendukung pemulihan ekonomi.

4. Pemerintah

Pemerintah berperan dalam menciptakan kebijakan dan regulasi yang dapat membantu atau bahkan menghambat pemulihan UMKM. Dalam jaringan inovasi, pemerintah dapat berkontribusi dengan memberikan dukungan berupa insentif pajak, hibah, atau bantuan permodalan bagi UMKM. Selain itu, pemerintah juga dapat menyediakan fasilitas atau infrastruktur digital yang mendukung pengembangan inovasi dan teknologi yang dapat diakses UMKM, seperti pusat inovasi atau platform e-commerce. Peran pemerintah yang proaktif dalam mendorong lingkungan yang kondusif bagi UMKM sangat penting agar UMKM dapat bangkit dan bersaing di pasar yang lebih luas (Dodourova & Bevis, 2014).

Dengan adanya kerja sama antara pemasok, asosiasi, konsumen, dan pemerintah, UMKM memiliki dukungan yang lebih terstruktur dan komprehensif dalam mengatasi berbagai tantangan selama pemulihan ekonomi. Integrasi antaraktor ini membantu membentuk ekosistem inovasi yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan, yang pada akhirnya akan memperkuat daya tahan dan daya saing UMKM dalam menghadapi krisis ekonomi di masa depan.

SIMPULAN

Kesimpulannya, jaringan inovasi yang melibatkan pemasok, asosiasi, konsumen, dan pemerintah berperan signifikan dalam mendukung pemulihan ekonomi UMKM. Kolaborasi ini menciptakan ekosistem yang kondusif, di mana UMKM mendapat akses ke sumber daya, teknologi, kebijakan yang mendukung, dan pemahaman pasar yang lebih baik. Sinergi antaraktor dalam jaringan inovasi ini tidak hanya mempercepat proses pemulihan tetapi juga memperkuat daya saing dan ketahanan UMKM di pasar yang dinamis, sehingga UMKM mampu beradaptasi dengan tantangan dan memanfaatkan peluang di masa depan.

Kedepan perlu dikembangkan lagi penelitian mengenai dampak inovasi berbasis digital dalam jaringan UMKM. Mengingat tren digitalisasi, penelitian ini bisa mengeksplorasi bagaimana teknologi digital – seperti platform e-commerce, alat pemasaran digital, atau aplikasi jaringan – meningkatkan efisiensi dan produktivitas UMKM dalam jaringan inovasi. Hal ini juga dapat mengukur sejauh mana digitalisasi mendukung hubungan antaraktor dan dampaknya terhadap peningkatan daya saing UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Acemoglu, D., Akcigit, U., & Kerr, W. R. (2016). Innovation network. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(41), 11483-11488.
- Byrne, B. M. (2016). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming*. routledge.
- Chrabanski, K. (2014). Economization of activities in the satisfaction survey process by means on-line electronic questionnaire systems. *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia*, 13(1).
- Dodourova, M., & Bevis, K. (2014). Networking innovation in the European car industry: Does the Open Innovation model fit?. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 69, 252-271.
- Dougherty, D., & Hardy, C. (1996). Sustained product innovation in large, mature organizations: Overcoming innovation-to-organization problems. *Academy of management journal*, 39(5), 1120-1153.
- D'aveni, R. A. (2010). *Hypercompetition*. Simon and Schuster.
- Freeman, C. (1991). Networks of innovators: a synthesis of research issues. *Research policy*, 20(5), 499-514.
- Gibbons, J. D., & Chakraborti, S. (2011). Nonparametric statistical inference. In *International encyclopedia of statistical science* (pp. 977-979). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Indonesia, The National Team For The Acceleration of Poverty Reduction, (2022). The Rise of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Against the COVID-19 Pandemic, diakses dari <https://www.tnp2k.go.id/articles/the-rise-of-micro-small-and-medium-enterprises-msmes-against-the-covid19-pandemic>
- Kementerian Koordinator Perekonomian RI, (2022). Siaran Pers : Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah, diakses dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>.
- Kaplan, S., & Winby, S. (2012). *Organizational models for innovation. Organizational designs that support strategic innovation & growth*. Managing Principals, Innovation Point LLC.
- Krosnick, J. A. (2018). Questionnaire design. In *The Palgrave handbook of survey research* (pp. 439-455). Palgrave Macmillan, Cham.

- La Rocca, A., & Snehota, I. (2014). Relating in business networks: Innovation in practice. *Industrial Marketing Management*, 43(3), 441-447.
- Laperche, B., & Liu, Z. (2013). SMEs and knowledge-capital formation in innovation networks: a review of literature. *Journal of innovation and entrepreneurship*, 2, 1-16.
- Lefebvre, V. M., Raggi, M., Viaggi, D., Sia-Ljungström, C., Minarelli, F., Kühne, B., & Gellynck, X. (2014). SMEs' preference for innovation networks: A choice experimental approach. *Creativity and Innovation Management*, 23(4), 415-435.
- Lin, B. W. (2004). Original equipment manufacturers (OEM) manufacturing strategy for network innovation agility: the case of Taiwanese manufacturing networks. *International Journal of Production Research*, 42(5), 943-957.
- Liu, C. H., Chang, A. Y. P., & Fang, Y. P. (2020). Network activities as critical sources of creating capability and competitive advantage: The mediating role of innovation capability and human capital. *Management Decision*, 58(3), 544-568.
- McAdam, M., McAdam, R., Dunn, A., & McCall, C. (2014). Development of small and medium-sized enterprise horizontal innovation networks: UK agri-food sector study. *International Small Business Journal*, 32(7), 830-853.
- Mohannak, K. (2007). Innovation networks and capability building in the Australian high-technology SMEs. *European Journal of Innovation Management*, 10(2), 236-251.
- Najafi-Tavani, S., Najafi-Tavani, Z., Naudé, P., Oghazi, P., & Zeynaloo, E. (2018). How collaborative innovation networks affect new product performance: Product innovation capability, process innovation capability, and absorptive capacity. *Industrial marketing management*, 73, 193-205..
- Pardiyono, R. (2020). Study of Student Satisfaction from the Marketing Mix Aspect. *Journal of Business, Management, & Accounting*, 2(1).
- Pardiyono, R., & Nugrahati, S. (2020). Penentuan skala prioritas dalam strategi pemasaran produk merek pecandu coffee. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 8(2), 112-122.
- Pardiyono, R., & Puspita, H. D. (2020). Measurement of student satisfaction using Customer Satisfaction Index (CSI). *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 2(6), 1493-1499.
- Pardiyono, R., & Puspita, H. D. (2021). Studi tentang faktor dominan dalam pemilihan perguruan tinggi swasta. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 5(2), 279-289.
- Pardiyono, R., & Puspita, H. D. (2022). Model Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta di Kota Bandung. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 190-194.

- Pardiyono, R., & Sastradiharja, J. (2022). Pengukuran Kepuasan Nasabah Sekuritas (Studi Kasus: Galeri Investasi Di Kota Bandung). *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 43-48.
- Pardiyono, R., & Sastradiharja, J. (2023). CUSTOMER PREFERENCES IN CHOOSING A SECURITIES COMPANY. *Jurnal STIE Semarang (Edisi Elektronik)*, 15(3), 143-155.
- Pardiyono, R., Suteja, J., Juju, U., & Puspita, H. D. (2022). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. CV Pena Persada.
- Pardiyono, R., Suteja, J., Puspita, H., & Juju, U. (2022). Dominant factors for the marketing of private higher education. *Decision Science Letters*, 11(2), 137-146.
- Rahi, S., & Abd Ghani, M. (2018). A structural equation modeling (SEM-AMOS) for investigating brand loyalty and customer's intention towards adoption of internet banking. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 206-220.
- Rehm, S. V., & Goel, L. (2017). Using information systems to achieve complementarity in SME innovation networks. *Information & Management*, 54(4), 438-451.
- Sari, N. P., (2022). Data UMKM Akurat untuk Pemulihan Ekonomi Lebih Cepat, diakses dari <https://news.detik.com/kolom/d-6268763/data-umkm-akurat-untuk-pemulihan-ekonomi-lebih-cepat>.
- Shah, M. R., Culp, M. A., Gersing, K. R., Jones, P. L., Purucker, M. E., Urv, T., ... & Kaufmann, P. (2017). Early vision for the CTSA program trial innovation network: a perspective from the national center for advancing translational sciences. *Clinical and Translational Science*, 10(5), 311.
- Sekaran, U. (2007). *Metodelogi Penelitian untuk Bisnis (Terjemahan)*. Edisi Empat, Jakarta, Salemba Empat.
- Utterback, J. M., Pistorius, C., & Yilmaz, E. (2018). The Dynamics of Competition and of the Diffusion of Innovations.
- Wardner, P., Hefferan, M. J., & Paddenburg, M. (2015). The role of the innovation centre Sunshine Coast in developing innovation and entrepreneurship in its region. *Journal of Economic & Social Policy*, 17(2), 99-117.