



PEMENUHAN EKSPEKTASI, PERBAIKAN DAN PERUBAHAN, MENCIPTAKAN KEKUATAN, KELAYAKAN USAHA, DAN PENGUASAAN TEKNOLOGI DALAM MENOPANG PENGEMBANGAN USAHA MIKRO DI JAWA TIMUR

I Putu Artaya¹, Made Kamisutara²

^{1,2}Narotama University Surabaya

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima: 3 September 2025

Disetujui: 9 Oktober 2025

Dipublikasikan: 15

Okttober 2025

Kata Kunci:

Usaha mikro,
pengembangan
usaha, estimasi
regresi, uji hipotesa
parsial

Abstrak

Tujuan dilaksanakan riset ini adalah membantu pelaku usaha mikro di delapan kota yakni Sidoarjo, Gresik, Tuban, Mojokerto, Pasuruan, Lumajang, Jember, dan Situbondo. Tujuan utama adalah menopang pengembangan usaha mereka agar mudah bersaing dan memperluas pasar mereka. Untuk proses pengembangan usaha digunakan lima variabel yakni pemenuhan ekspektasi, perbaikan dan perubahan, menciptakan kekuatan, kelayakan usaha, dan penguasaan teknologi. Lokasi penelitian merupakan pusat usaha mikro di Jawa Timur yang merupakan sentra usaha mikro yang sudah cukup lama berdiri, mereka menjual berbagai jenis produk. Jumlah populasi dan sampel penelitian adalah sama yaitu 84 pelaku usaha, dan tergolong sampel jenuh. Metode pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian yang dibagikan menggunakan Microsoft Forms melalui WhatsApp. Metode analisa menggunakan analisa regresi linier berganda, dengan tujuan persamaan estimasi regresi. Pengujian hipotesa lebih mengutamakan uji hipotesa parsial dari lima variabel yang digunakan. Hasil pengujian menggambarkan bahwa tiga variabel memiliki pengaruh signifikan yakni pemenuhan ekspektasi, perbaikan dan perubahan, menciptakan kekuatan, dan dua variabel bebas ternyata hasilnya tidak signifikan yakni kelayakan usaha, dan penguasaan teknologi. Berdasarkan hasil pengujian, maka pelaku usaha harus fokus pada dua bidang yakni kelayakan usaha dan penerapan teknologi, tidak signifikan artinya dua variabel tersebut belum optimal dan belum memberikan hasil yang memuaskan bagi pelaku usaha mikro tersebut.

FULFILLING EXPECTATIONS, IMPROVEMENT AND CHANGE, CREATING STRENGTH, BUSINESS FEASIBILITY, AND TECHNOLOGY MASTERY IN SUPPORTING MICRO-BUSINESS DEVELOPMENT IN EAST JAVA

Keywords:

Micro-enterprises,
business
development,
regression
estimation, partial
hypothesis testing

Abstract

The purpose of this research is to assist micro-entrepreneurs in eight cities: Sidoarjo, Gresik, Tuban, Mojokerto, Pasuruan, Lumajang, Jember, and Situbondo. The main objective is to support their business development to make them more competitive and expand their market. Five variables were used for the business development process: meeting expectations, improving and changing, creating strengths, business feasibility, and technological mastery. The research location was a micro-enterprise center in East Java, a long-established micro-enterprise center that sells various types of products. The population

and sample size were the same, i.e. 84 entrepreneurs, and were classified as saturated samples. The data collection method used research instruments distributed using Microsoft Forms via WhatsApp. The analysis method used multiple linear regression analysis, with the aim of estimating the regression equation. Hypothesis testing prioritized partial hypothesis testing of the five variables used. The test results showed that three variables had a significant influence: meeting expectations, improving and changing, creating strengths, and two independent variables, i.e. business feasibility, and technological mastery, turned out to be insignificant. Based on the test results, business actors must focus on two areas, i.e. business feasibility and technology implementation. Insignificant means that these two variables are not optimal and have not provided satisfactory results for these micro business actors.

© 2018 Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mataram

[✉] Alamat korespondensi:
putu.artaya@narotama.ac.id

PENDAHULUAN

Salah satu kekuatan pada kegiatan usaha mikro di Jawa Timur adalah keragaman produk di segala sektor dan bidang, ini merupakan potensi yang sangat layak ditumbuh kembangkan dalam jangka panjang, mengingat sektor kegiatan usaha mikro telah berulang kali terbukti memiliki daya tahan terhadap terjadinya resesi ekonomi baik lokal maupun nasional. (Ediati, 2017) Usaha mikro merupakan kegiatan yang paling sesuai dikembangkan untuk meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, dan sektor ini telah memberikan masukan pada PAD yang tidak sedikit nilainya. Selama ini pemerintah melalui Dinas Koperasi Dan UKM telah fokus memperhatikan peningkatan usaha masyarakat yang terlingkup dalam sektor UKM, dengan berbagai tujuan yakni peningkatan kesejahteraan masyarakat secara mandiri dan kegiatan pengurangan angka pengangguran seperti yang diungkap oleh (Bismala, 2017). Mengingat potensi ekonomi lokal dan potensi kemampuan masyarakat untuk terlibat dan bergerak di sektor usaha mikro sangat besar, asal di kelola dan dibina dengan baik maka hal tersebut akan memberikan kontribusi yang besar pada peningkatan pendapatan, kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat itu sendiri, terlebih provinsi Jawa Timur telah dikenal sebagai provinsi Koperasi. (Hapsari et al., 2014) Agar program pemberdayaan UKM pada lingkup usaha kecil dan menengah dapat berjalan dengan baik dan mampu mencapai tujuan dengan fokus dan sukses maka peran pelatihan sangat dibutuhkan untuk kegiatan usaha mikro pada masyarakat itu sendiri. Hasil riset (Hendarwan D, 2018) mengatakan fokus tumbuh kembang kegiatan usaha mikro tertuju secara spesifik pada tiga hal utama yakni : Produk dan atau Jasa yang dikembangkan, Manajemen usaha mikro dan variabel SDM sebagai motor penggerak usaha secara mandiri. Bagi kebanyakan pelaku usaha mikro atau pengusaha kecil dan menengah, menciptakan atau memproduksi sebuah

produk, harus diperhatikan beberapa aspek secara mendasar, agar produk yang diproduksi mampu memenuhi harapan pasar dan keinginan konsumen yang membelinya. Beberapa variabel penting dalam kegiatan produksi produk antara lain (Dosi et al., 2017).

1. Fungsi Produk : sekali kita memproduksi produk, maka kita harus tahu benar apa fungsi produk tersebut bagi konsumennya. Apakah fungsinya untuk solusi bagi permasalahan yang di miliki konsumen, misal: produk kosmetika, produk Herbal, makanan / minuman kesehatan dan sebagainya. Atau mungkin fungsinya untuk meningkatkan percaya diri konsumen, misal: produk asesoris, pernak-pernik, perhiasan dari logam atau mutiara, dan sebagainya. Atau mungkin produk tersebut sama sekali tidak memiliki fungsi. Semakin sesuai fungsi produk dengan keinginan konsumen maka akan semakin mudah diterima produk tersebut di masyarakat konsumen. Menurut (Dhamayantie & Fauzan, 2017) dari sudut pandang ekonomi atau marketing, maka fungsi produk adalah untuk memenuhi keinginan konsumen dan atau meningkatkan kepuasan konsumen yang menggunakannya. Sekarang tergantung usaha mikro yang memproduksinya, apakah fungsi tersebut mampu atau tidak diciptakan. Jika sebuah usaha mikro menciptakan atau memproduksi perhiasan dari logam (perak atau logam lainnya), ada kemungkinan usaha mikro yang lain membuat kotak untuk tempat perhiasan tersebut, sebuah usaha mikro misal memproduksi kain batik, bisa jadi usaha mikro lain memproduksi baju batik. Penjelasan dari (Martina et al., 2021) satu usaha mikro dengan usaha mikro yang lain saling menciptakan fungsi diantara produk-produk yang telah mereka hasilkan, hal tersebut akan bermuara pada terpenuhinya keinginan, kebutuhan dan harapan konsumen pemakai karena semakin sempurnanya sebuah fungsi dari produk yang sudah ada. Sesuai uraian dari (Hadiyati, 2012) dalam istilah ekonomi, hal ini disebut sebagai komplementer produk. Artinya jika dua buah produk dipertemukan maka fungsi keduanya akan menciptakan fungsi baru yang semakin sempurna.
2. Manfaat Produk : tujuan memproduksi produk atau jasa, tentu untuk memberikan manfaat kepada penggunanya atau pemiliknya. Untuk aspek ini, sebaiknya usaha mikro berusaha untuk meningkatkan manfaat dari produk yang sudah ada, misal sebuah perhiasan bukan hanya indah digunakan oleh pemiliknya, namun perhiasan tersebut layak digunakan sebagai kado hadiah ulang tahun atau hadiah pernikahan. Batik tidak hanya indah apabila digunakan sebagai bahan membuat pakaian, namun juga indah jika dipakai untuk membuat kerajinan tangan atau cinderamata. Anyaman daun pandan bukan hanya bagus untuk digunakan sebagai tas, namun juga bagus untuk dibuat sandal atau taplak meja atau mungkin tempat tissue (Hanell S et al., 2017).
3. Daya Guna Produk : daun pandan atau enceng gondok, yang jumlahnya melimpah di pedesaan, mungkin akan memiliki daya guna yang lebih tinggi, jika digunakan untuk

membuat hiasan dinding, atau barang-barang yang memiliki nilai seni daripada sekedar dianyam untuk dijadikan tikar. Batang bambu, mungkin akan berdaya guna tinggi jika diolah untuk dijadikan tempat pensil atau pigura daripada hanya digunakan sebagai bahan baku membuat meja-kursi. Kain bekas bisa jadi akan memiliki nilai ekonomi tinggi jika dirubah menjadi boneka atau hiasan dinding atau menjadi barang seni lainnya (Putri M et al., 2021).

4. Nilai Ekonomi Produk : seperti yang dibahas oleh (Suci, 2017) nilai dari sebuah produk, tergantung dari bahannya, dari ketelitian proses pembuatannya, atau dari sempurna tidaknya proses penyelesaian / finishing. Jika sebuah produk terbuat dari bahan biasa yang bernilai rendah namun karena proses pembuatannya bagus dan teliti sehingga mampu dihasilkan sebuah produk yang bernilai seni tinggi, maka produk tersebut dapat dikatakan sebuah produk yang memiliki nilai ekonomi tinggi atau sangat layak jual. Kayu Jati jika dibuat bahan bangunan, tentu memiliki nilai ekonomi yang tinggi, namun jika dibuat barang ukir-ukiran, sudah tentu akan mampu meningkatkan nilai ekonomi kayu Jati tersebut. Ini semua tergantung untuk apa kayu tersebut diolah agar mampu menciptakan sesuatu yang bernilai ekonomi tinggi, tergantung dari kejelian pelaku usaha mikro dalam melihat situasi dan perkembangan ekonomi dan usaha yang ada pada lingkungannya atau tergantung pada apa kemauan pasarnya (Ahmad & Rahayu, 2018) (Burawat, 2019).
5. Nilai Jual Produk : kita telah paham benar bahwa produk diproduksi untuk menciptakan daya guna bagi pemakainya, menciptakan kemanfaatan bagi pemiliknya, menciptakan fungsi dan nilai ekonomi bagi pembeli/konsumen. Nilai jual produk tergantung seberapa besar ‘biaya dan nilai ekonomi’ yang tertanam di dalamnya. Dan kita paham betul kepada siapa layaknya produk tersebut diperuntukkan. Atau siapa yang layak menjadi konsumen kita guna mengkonsumsi produk tersebut. Nilai jual produk dapat pula terukur dari seberapa besar nilai kemanfaatan dan kegunaan yang terdapat pada produk tersebut, apakah produk tersebut masuk kategori produk biasa-biasa atau kategori produk istimewa. Semakin tinggi kreatifitas pelaku usaha dalam menghasilkan barang atau jasa maka semakin tinggi nilai jualnya, sesuai uraian (Sonitehe, 2022) (Amha & Ageba, 2006).

Lima variabel di atas sangat penting dalam upaya membuat atau menunjang sebuah usaha mikro dapat berkembang ke depan tanpa menjumpai banyak hambatan. Agar hambatan dalam proses pengembangan usaha mikro dapat ditekan atau diatasi maka enam variabel di atas harus bagus pengelolaannya. Enam variabel di atas merupakan sendi atau dasar dari kokohnya sebuah usaha dalam menghasilkan produk yang handal di mata konsumen. Enam variabel di atas merupakan motor penggerak atau mesin pemicu keberlanjutan, namun ada lagi variabel yang lebih penting terkait dengan interaksi pelaku usahanya dengan dunia luar seperti yang diungkap oleh (Athreye et al., 2021)dari hasil risetnya dapat dijelaskan penekanan yang kuat dari enam variabel tersebut maka pelaku

usaha dapat meningkatkan daya saingnya dan mampu memicu peluang kerja sama dengan pelaku usaha lain yang saling menguntungkan. Kelima variabel tersebut adalah pemenuhan ekspektasi, perbaikan dan perubahan, menciptakan kekuatan, pengakuan atau kelayakan, dan penguasaan teknologi. Peneliti lainnya juga mengungkapkan seperti yang disampaikan oleh (Ariani & Utomo, 2017) membangun usaha kecil menengah atau usaha mikro merupakan bagian dari penguasaan kekuatan internal dan selebihnya harus mampu menguasai dan mengetahui kekuatan eksternal baik secara ekonomi maupun sosial.

Melihat karakteristik pelaku usaha mikro di Indonesia, apa yang telah diuraikan di atas tidak terlalu berlebihan, dan lima variabel yang telah kami ungkap di atas yaitu pemenuhan ekspektasi, perbaikan dan perubahan, menciptakan kekuatan, kelayakan usaha, dan penguasaan teknologi menjadi titik penting bagi pelaku usaha untuk memberikan kontribusi kekuatan dalam menghadapi kekuatan eksternal ketika usaha mikro tersebut dikembangkan. Secara rinci apakah yang dimaksud dengan:

1. Pemenuhan Ekspektasi. Sesuai yang diungkap oleh (Lestari et al., 2015) bahwa setiap usaha mikro yang dijalankan maka pemilik merasa atau punya keinginan dan harapan usaha yang dijalankan bisa semakin maju, berkembang, produk dapat diterima oleh pasar, memiliki konsumen yang loyal dan berharap tidak ada persaingan usaha tidak sehat yang dapat mematikan usaha, sehingga usaha bersifat langgeng dan memiliki peluang dan kemajuan. Kondisi ini memang sangat ideal, namun bagi pelaku usaha agar mampu menjumpai kondisi ideal tersebut harus mampu mengelola karakter usahanya sesuai perubahan lingkungan dan persaingan serta mampu mengadaptasi terhadap perubahan selera konsumen dan trend pasar yang ada. Untuk menciptakan kondisi ini maka semua pihak harus berperan mulai lembaga pemerintah, swasta, akademisi, konsultan dan pihak yang memiliki kompetensi dibidang ini.
2. Perbaikan dan perubahan. Menurut hasil riset dari (Bismala, 2017) dalam menjalankan kegiatan bisnis atau usaha, pelaku usaha berharap bisa melakukan perbaikan, penyempurnaan, perubahan ke arah yang lebih baik dan menguntungkan dalam mengelola manajemen usaha. Namun pelaku usaha banyak yang tidak paham bagaimana caranya. Solusi untuk ini pelaku usaha harus banyak ikut pelatihan, seminar dan program pendampingan dari pihak manapun yang peduli pada kehidupan usaha mikro. Sejatinya seorang pelaku usaha ingin mendapatkan pengetahuan, ketrampilan, dan keahlian dibidang tertentu sehingga mereka dapat mengantisipasi segala bentuk perubahan dan merubah atau menyempurnakan kegiatan usahanya melalui kegiatan yang sesuai atau tepat. Melalui perbaikan dan perubahan maka pelaku usaha mendapatkan kekuatan untuk selalu dapat beradaptasi dengan segala bentuk perubahan lingkungan usaha. Salah satu aspek penting disini adalah bagaimana pemilik usaha untuk melakukan variasi produk atau

barang yang dihasilkannya agar konsumen dan pelanggan memiliki pilihan dari produk yang dikonsumsinya, misal isi atau volume, ada yang paket family, paket hemat atau paket lainnya agar sesuai dengan daya beli konsumen (Hamdan, 2019).

3. Menciptakan kekuatan. Seperti yang diutarakan oleh (Prasetyo, 2019), bahwa pelaku usaha dapat bersaing dengan baik apabila mereka memiliki kekuatan, dan kekuatan tersebut di peroleh dari pihak eksternal. Kekuatan utama seperti pendanaan, meningkatkan modal, membangun distribusi, membangun jaringan dan seterusnya merupakan kekuatan dari segala sudut pengelolaan usaha mikro. Terciptakanya jaringan dan komunikasi dengan pemasok bahan, lembaga sumber pendanaan, komunikasi yang baik dengan pelanggan, adaptasi teknologi dibidang e-commerce, memberikan kontribusi positif terhadap kekuatan internal usaha mereka. Bagaimana cara agar semua hal tersebut terpelihara dengan baik? Salah satunya menghidupkan atau menjalin mitra kerja sama dengan berbagai kalangan atau lembaga sehingga usaha mikro dapat sesuatu yang berguna dan kedepan semua itu bermanfaat bagi pengembangan usaha. Jika usaha mereka dapat berkembang dengan baik dan memiliki minim hambatan, itu yang kita sebut sebagai kekuatan. Kekuatan bisa juga bermakna bahwa usaha mikro mampu mendesain model atau metode penjualan mereka sehingga sulit digangu oleh pesaing terutama bagi pelaku usaha yang memasarkan produk sejenis. Model menciptakan pasar bersama yang sifatnya tidak saling mengganggu seperti misal adanya Pujasera di sebuah Mall atau pusat perbelanjaan, mereka memiliki pelanggan yang karakternya sepesifik sesuai produk makanan dan minuman yang mereka tawarkan, dimana satu usaha dengan usaha lain tidak saling merugikan. Model pemasaran dan atau penjualan seperti Pujasera ini yang paling menarik.
4. Kelayakan usaha. Variabel penting lain yang memiliki kontribusi bagi usaha mikro adalah kelayakan usaha. (Amarul et al., 2019) mengatakan sebuah usaha dapat berkembang maka produk yang mereka hasilkan atau yang mereka buat harus mematuhi segala bentuk peraturan yang diberlakukan bagi mereka. Pemerintah membantu memberikan fasilitas misal dengan cara pengajuan permohonan sertifikasi kelayakan produk melalui online untuk menghemat waktu dan jarak. Produk yang dibuat oleh pelaku usaha harus sesuai dengan kriteria layak edar, jika produk mereka adalah produk industri harus sesuai dengan SNI (Standar Nasional Indonesia) sehingga produk industri jika memiliki sertifikasi SNI artinya layak dipakai dan aman bagi penggunanya. Demikian juga bagi produk obat-obatan termasuk produk herbal harus memiliki sertifikasi BPOM yang dikeluarkan oleh Badan Pengawas Obat Dan Makanan Indonesia, jika produk mereka adalah makanan dan minuman maka harus memiliki sertifikasi Produk Industri Rumah Tangga, (P-I RT) dan Sertifikasi Halal-MUI. Segala bentuk kelayakan ini harus diberikan sosialisasi dan

pendampingan berupa fasilitas yang memudahkan mereka untuk memenuhinya. Melalui berbagai bentuk sertifikasi tersebut maka produk usaha mikro masuk kategori layak edar dan dapat dipasarkan secara luas pada konsumen (Amarul et al., 2019) (Destany et al., 2022).

5. Penguasaan Teknologi. (Suwarni E et al., 2019) menjelaskan, perubahan sesuatu yang biasa menjadi luar biasa memerlukan kesiapan mental dan manajemen dari pelaku usaha. Perubahan diawali oleh motivasi pelaku ke arah mana perubahan yang dituju, karena merubah usaha bukan hanya mencapai tingkat penjualan yang diinginkan namun lebih dari itu, salah satu syarat di jaman sekarang bagi usaha yang sedang dikembangkan adalah mengadopsi teknologi yang memiliki relevansi terhadap usaha yang dijalankan, agar tercapai suatu kondisi yakni selalu merasa lebih dekat dengan pelanggan. Satu kebiasaan yang berubah pasca pandemi adalah semakin tinggi minat belanja online dari pelanggan, dan pelanggan makin banyak yang berubah kebiasaan belanja secara konvensional menuju bidang e-commerce termasuk di dalamnya kecepatan dan efisiensi dalam hal transaksi, pembayaran, metode pembelian, dan bentuk pelayanan lainnya (Avriyanti, 2020). Perubahan yang begitu cepat ini sebagian besar merupakan keinginan, permintaan, tuntutan yang berasal dari konsumen, salah satu bentuk adalah model pembayaran yang semakin praktis melalui aplikasi elektronik yang semakin berkembang dengan pesat. Pemilik usaha harus bersedia dan mau merubah model pembayarannya dalam bertransaksi, sehingga perubahan teknologi ini menjadi salah satu daya tarik menambah konsumen dalam proses pemesanan dan pembelian. Dalam jangka panjang e-commerce menjadi pilihan yang tidak dapat dielakkan lagi oleh pemilik usaha (Arifianto & Coiri, 2018).

Dengan menerapkan lima variabel atau lima aspek di atas bagi pelaku usaha mikro dalam pengembangan usaha mereka dan dapat dilaksanakan dengan baik maka berpeluang munculnya kontribusi bagi perubahan dan kemajuan dalam pengelolaan dan manajemen usaha mereka ke depan. Lima aspek atau variabel di atas menjadi penopang proses perubahan dan pembentahan manajemen usaha mikro di masa sekarang ini sesuai jaman dan peruntukkannya. Pendapat tersebut sejalan dengan hasil penelitian dari (Dhamayantie & Fauzan, 2017).

METODE PENELITIAN

Lokasi, Subjek, Dan Sampel Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di 8 (delapan) kota, yakni Sidoarjo, Gresik, Tuban, Mojokerto, Pasuruan, Lumajang, Jember, dan Situbondo. Dipilihnya delapan kota tersebut karena penelitian ini merupakan kelanjutan dari penelitian sebelumnya yang berlokasi di delapan kota

yang sama. Berada dalam satu provinsi yakni provinsi Jawa Timur. Perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu hanya pada variabelnya saja. Subjek penelitian merupakan individu pelaku usaha atau pemilik usaha yang selama ini telah berjalan namun masih belum dapat secara maksimum mengembangkan usahanya disebabkan beberapa hal. Dari delapan kota tersebut terdapat sebanyak 84 (delapan puluh empat) pelaku usaha yang memproduksi berbagai macam atau jenis produk, dan merupakan keseluruhan dari populasi yang ada menjadi sampel penelitian ini. 84 pelaku usaha tersebut, hampir seratus persen telah mendapatkan berbagai bentuk pelatihan yang tujuannya untuk pengembangan usaha.

Proses Pengumpulan Data

Dilakukan menggunakan kuesioner yang dikirim menggunakan *Microsoft Forms* yang disebarluas melalui email, grup WhatsApp di masing-masing kota. Proses wawancara menggunakan *video call* WhatsApp. Jumlah sampel setara dengan jumlah populasi sehingga metode sampling menggunakan metode sensus atau sampel jenuh. Proses pengumpulan menggunakan data primer, dengan satuan ukur persepsi berikut:

1= tidak mampu dan tidak menguasai, 2=kurang mampu dan kurang menguasai, 3=cukup mampu dan cukup menguasai, 4= mampu dan menguasai, 5= sangat mampu dan sangat menguasai

Metode Analisa Data

Proses pengolahan data dan pengambilan keputusan menggunakan metode analisa regresi linier berganda, dimana tujuan analisa ini adalah untuk menemukan persamaan estimasi yang diperoleh dari hasil analisa regresi linier berganda, karena ini sifatnya hanya estimasi maka uji hipotesa dalam analisa difokuskan pada uji simultan dan uji parsial dari setiap variabel terhadap variabel tidak bebasnya.

Persamaan model dari Analisa Regresi Linier Berganda dapat disajikan dan mengadopsi atau merujuk persamaan model regresi dari (Simamora B, 2023) sebagai berikut:

$$Y = B_0 + B_1.X_1 + B_2.X_2 + B_3.X_3 + B_4.X_4 + B_5.X_5 + E$$

Dimana arti dari persamaan model di atas memiliki arti bila dijabarkan memiliki makna, berikut:

Y = Variabel tidak bebas yakni Pengembangan Usaha

B₁ = Koefisien regresi dari variabel X₁ (Pemenuhan Ekspektasi),

B₂ = Koefisien regresi dari variabel X₂ (Perbaikan dan Perubahan)

B₃ = Koefisien regresi dari variabel X₃ (Menciptakan Kekuatan)

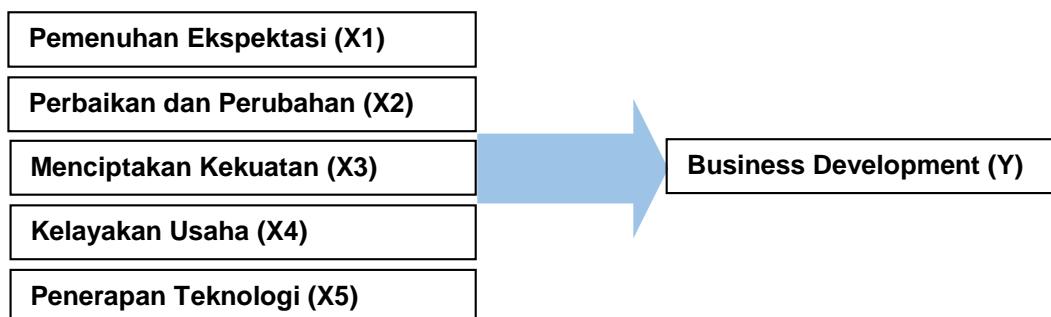
B₄ = Koefisien regresi dari variabel X₄ (Kelayakan Usaha)

B₅ = Koefisien regresi dari variabel X₅ (Penerapan Teknologi)

E = merupakan variabel pengganggu, yakni variabel yang besarannya tidak dibahas dalam model.

Konsep Dasar Berpikir

Melalui tampilan konsep dasar berpikir penelitian, dapat digambarkan bahwa pelaku usaha dapat menjaga kelangsungan hidup usahanya jika mampu melakukan pengembangan usaha, yakni mampu mengimplementasikan ke lima variabel di bawah ini dengan baik pada manajemen dan pengelolaan usahanya sehingga mampu meningkatkan penjualan, laba, mengimbangi persaingan dan pasar bagi produknya. Melalui penguasaan kelima variabel di bawah ini dengan baik maka pelaku usaha mikro akan mampu mengintegrasikan kekuatan internal dan eksternalnya secara seimbang untuk melakukan perbaikan usahanya ke depan.



Gambar 1. Konsep dasar berpikir penelitian.

Sumber: Dosi et al, (2017)

Hipotesa Penelitian.

Tujuan dilakukannya uji hipotesa seperti yang dijelaskan oleh (Simamora B, 2023) adalah untuk mengetahui keadaan atau kondisi yang sebenarnya atas perilaku populasi dari data statistik yang telah dikumpulkan serta untuk mengetahui nilai parameter sebagai penduga dari besaran variabel dalam persamaan estimasinya, bentuk uji hipotesa dalam penelitian ini dapat disajikan berikut:

H1 = Variabel Pemenuhan Ekspektasi (X1) berpengaruh linier terhadap pengembangan usaha (Y).

H2 = Variabel Perbaikan dan Perubahan (X2) berpengaruh linier terhadap pengembangan usaha (Y).

H3 = Variabel Menciptakan Kekuatan (X3) berpengaruh linier terhadap pengembangan usaha (Y).

H4 = Variabel Kelayakan Usaha (X4) berpengaruh linier terhadap pengembangan usaha (Y).

H5 = Variabel Penerapan Teknologi (X5) berpengaruh linier terhadap pengembangan usaha (Y).

Pengambilan Keputusan.

Bila nilai Signifikansi (Sig.) < probabilitas 0,05 maka diputuskan ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel tidak bebas (Y) atau hipotesa dinyatakan diterima. Sebaliknya bila nilai Signifikansi (Sig.) > probabilitas 0,05 maka diputuskan tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel tidak bebas (Y) atau hipotesa dinyatakan ditolak.

Keterbatasan Penelitian.

Penelitian ini hanya bertumpu dan berlandaskan lima variabel saja tanpa melibatkan variabel lain, kelima variabel tersebut adalah pemenuhan ekspektasi, perbaikan dan perubahan, menciptakan kekuatan, kelayakan usaha, dan terakhir penerapan teknologi serta variabel pengembangan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian.

Hasil jawaban responden pelaku usaha mikro di delapan kota Jawa Timur, yang menggambarkan persepsi mereka mengenai kekuatan, pengetahuan, dan kemampuan secara individu maupun kelompok terhadap lima variabel atau lima kegiatan yang menjadi objek penelitian sebagai indikator mengukur kemampuan mereka dalam pengembangan usaha. Sebelum membahas hasil penelitian kita simak hasil penelitian yang disampaikan beberapa referensi yang ada, dengan hasil sebagai berikut:

Untuk melihat bentuk atau model pengindikasian item-item dari kelima variabel yang digunakan sebagai tolok ukur kemampuan pengembangan usaha. Kelima variabel di atas dikatakan memiliki komtribusi dibidang tertentu kepada pelaku usaha mikro apabila tingkat persentase di atas 50% dan jika angka persentase masih di bawah 50% maka dianggap kemampuannya masih lemah terutama tingkat penguasaannya seperti yang telah dijabarkan oleh (Santoso S, 2019). Bila disimak untuk variabel X1 yakni pemenuhan ekspektasi, item yang memiliki persentase di atas 50% adalah item ke4 yakni mengurus/memiliki perijinan, artinya pelaku usaha mikro pemahami dan sadar bahwa menjalankan usaha harus memiliki legalitas yakni perijinan sebagai syarat mutlak dalam melaksanakan sebuah usaha. Sedangkan item lain semua di bawah 50% artinya kemampuan mereka untuk itu masih rendah. Untuk variabel perbaikan dan perubahan (X2) yang memiliki persentase di atas 50% adalah pelatihan implementasi teknologi artinya mereka pelaku usaha telah cukup paham bahwa teknologi memiliki arti penting ketika mereka menjalankan usaha, dan mereka cukup memahami peran teknologi dalam mengelola usaha misal pemesanan bahan baku, model penjualan secara online, proses pemasaran dan promosi produk melalui media sosial atau

digital marketing. Sedangkan item lainnya semua masih di bawah 50%, berarti peran dan kontribusi item tersebut masih rendah terhadap pengembangan usaha. Untuk variabel ketiga yakni menciptakan kekuatan (X3) yang memiliki kontribusi bagus adalah peningkatan pelatihan individu (84,52%) dan Penerapan e-commerce 65,47% artinya pelaku usaha telah mulai mengenal dan memahami kedua item tersebut ketika mereka mengelola usahanya, sedangkan item lainnya semua masih di bawah 50%. Kita simak tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Tingkat kemampuan pelaku usaha mikro di delapan kota Jawa Timur terhadap pemenuhan ekspektasi, perbaikan dan perubahan, menciptakan kekuatan, pengakuan atau kelayakan, dan penguasaan teknologi

Variabel	Indikator	Jumlah	(%)
Pemenuhan Ekspektasi (X1)	1. Kemampuan mengelola usaha	18	21,42%
	2. Kemampuan mengatasi masalah	26	30,95%
	3. Program pameran dan penjualan	29	34,52%
	4. Mengurus/memiliki perijinan	52	61,90%
	5. Program Pelatihan/Bimtek	18	21,43%
	6. Kegiatan Pendampingan	33	39,28%
Perbaikan dan Perubahan (X2)	1. Proses pemberian usaha	41	48,80%
	2. Bantuan sumber permodalan	27	32,14%
	3. Pelatihan implementasi teknologi	51	60,71%
	4. Pelatihan pengelolaan keuangan	38	45,23%
	5. Pelatihan tentang pemasaran	22	26,19%
Menciptakan Kekuatan (X3)	1. Digitalisasi usaha	40	47,61%
	2. Peningkatan pelatihan individu	71	84,52%
	3. Pelatihan inovasi produk	39	46,42%
	4. Pelatihan penjualan online	42	50,00%
	5. Penerapan e-commerce	55	65,47%
	6. Pelatihan pengelolaan website	18	21,42%
	7. Kemitraan	19	22,61%
Kelayakan Usaha (X4)	1. Pelatihan tentang kemasan	20	23,80%
	2. Labelisasi produk	36	42,85%
	3. Program sertifikasi produk	18	21,42%
	4. Program Kurasi	9	10,71%
	5. Penguatan digital marketing	26	30,95%
Penerapan Teknologi (X5)	1. Teknologi bidang proses produksi	37	44,04%
	2. Modernisasi peralatan	21	25,00%
	3. Penerapan digitalisasi	34	40,47%
	4. Pengetahuan jaringan usaha	18	21,42%

Sumber: Proses pengumpulan data, Mei 2024.

Untuk variabel kelayakan usaha (X4) dan variabel penerapan teknologi (X5) seluruh itemnya masih berada di bawah 50%, berarti variabel X4 dan X5 seluruh item yang ada memiliki peran dan kontribusi yang rendah terhadap pengelolaan dan pengembangan usaha. Dilihat secara parsial masing-masing item yang ada pada masing-masing variabel belum menunjukkan persentase yang baik, belum menunjukkan kontribusi yang nyata karena rendahnya persentase yang dicapai. Perlu tindakan yang signifikan dalam meningkatkan peran masing-masing item untuk mendukung proses pengembangan usaha mikro yang ada di delapan kota tersebut.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk memberikan hasil analisa regresi linier berganda dan uji hipotesa, berikut ditampilkan hasil analisa tersebut seperti tampak pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Tabel *model summary*

Model	R	R. Square	Adjusted R. Square	Std. Error of the Estimate
1	,901	,942	,899	,059

Makna yang ditampilkan di tabel 2 menunjukkan bahwa hubungan variabel pemenuhan ekspektasi, perbaikan dan perubahan, menciptakan kekuatan, pengakuan atau kelayakan, dan penguasaan teknologi serta variabel pengembangan usaha bernilai positif dan kuat ditandai dengan angka koefisien korelasi 0,901. Sedangkan Adjusted R Square sebesar 0,899 artinya 89,9% pengembangan usaha mikro di delapan kota tersebut disebabkan adanya variabel pemenuhan ekspektasi, perbaikan dan perubahan, menciptakan kekuatan, pengakuan atau kelayakan, dan penguasaan teknologi dan sisanya 10,1% disebabkan variabel lain yang tidak dibahas dalam model regresi atau disebut variabel pengganggu.

Lima variabel bebas (X) memiliki kontribusi besar dan berperan kuat terhadap variabel pengembangan usaha. Angka 0,059 yang nilainya sangat kecil menunjukkan tingkat kesalahan dalam penyusunan model regresi artinya interelasi antara variabel bebas X dengan variabel tidak bebas Y memiliki keterikatan yang kuat dalam model regresi. Semakin kecil tingkat kesalahan dalam model regresi maka persamaan yang dibentuk semakin baik dan valid. Maknanya adalah variabel independent dan variabel dependent yang dibentuk melalui model regresi, diantara kedua jenis variabel tersebut memiliki interelasi atau relevansi, sehingga memenuhi unsur kelayakan. Unsur kelayakan model ini dapat dilihat pada nilai Adjusted R Square.

Secara khusus dapat dijelaskan untuk tabel 2 di atas, nilai Ajusted R Square sebesar 0,899 makna yang terkandung dari hasil analisa tersebut adalah 89,9% tumbuhnya kegiatan usaha mikro di delapan kota yakni Sidoarjo, Gresik, Tuban, Mojokerto, Pasuruan, Lumajang, Jember, dan Situbondo dipengaruhi oleh variabel pemenuhan ekspektasi, perbaikan dan perubahan, menciptakan kekuatan, kelayakan usaha, dan penguasaan teknologi. Walaupun dua variabel ternyata tidak signifikan namun kedua variabel yang tidak signifikan tersebut harus tetap di perbaiki, dioptimalkan, dan ditingkatkan perannya melalui perubahan aktivitas pendukung yang layak dan memenuhi harapan.

Lima variabel yang digunakan merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain dalam upaya mendukung kehidupan kegiatan usaha mikro di delapan kota tersebut. Bila ada pembenahan atau perbaikan yang baik dari dua variabel yang tidak

signifikan tersebut maka kedua variabel tersebut akan memberikan kontribusi terhadap tiga variabel lainnya menjadi satu kesatuan dalam menopang kegiatan pemberian bantuan kegiatan usaha mikro. Bahkan telah dijelaskan oleh (Sumaryana F, 2018) kekuatan usaha mikro dapat dibangun melalui model klaster, tujuannya agar satu usaha mikro dengan usaha mikro lainnya mampu membangun jaringan usahanya yang lebih luas.

Pembahasan

Untuk interpretasi dan pembahasan mengenai hasil analisa regresi linier berganda, ditampilkan pengujian hipotesa secara parsial dari hasil analisa regresi linier berganda tersaji melalui tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3. Pengujian parsial variabel bebas X terhadap Variabel tidak bebas Y.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-0.971	0.318			-3.048	0.003
Pemenuhan Ekspektasi (x1)	0.570	0.100	0.595	5.721	0.000	
Perbaikan dan Perubahan (x2)	0.363	0.064	0.265	5.034	0.005	
Menciptakan Kekuatan (x3)	0.315	0.050	0.117	3.660	0.011	
Kelayakan Usaha (x4)	0.147	0.083	0.210	1.696	0.064	
Penerapan Teknologi (x5)	0.100	0.060	0.081	1.679	0.097	

Dari tampilan tabel 3 di atas, bila dicermati pada kolom Sig. maka dapat dilihat bentuk dari uji parsial atau uji t untuk masing-masing variabel bebas X sebagai berikut:

H1 = Variabel Pemenuhan Ekspektasi (X1) berpengaruh linier terhadap pengembangan usaha (Y). Nilai signifikansi untuk variabel bebas X1 adalah sebesar 0,000 dan nilainya lebih kecil dari 0,05 maka diputuskan untuk menerima H1 yang artinya ada pengaruh signifikan variabel pemenuhan ekspektasi terhadap variabel pengembangan usaha. Oleh karena itu semakin bagus atau meningkat variabel pemenuhan ekspektasi akan membawa pengaruh semakin baiknya pengembangan usaha yang dilakukan pelaku usaha mikro.

H2 = Variabel Perbaikan dan Perubahan (X2) berpengaruh linier terhadap pengembangan usaha (Y). Nilai signifikansi untuk variabel bebas X2 adalah sebesar 0,005 dan nilainya lebih kecil dari 0,05 maka diputuskan untuk menerima H1 yang artinya ada pengaruh signifikan variabel perbaikan dan perubahan terhadap variabel pengembangan usaha. Oleh karena itu semakin bagus atau meningkat variabel perbaikan dan perubahan akan membawa pengaruh semakin baiknya pengembangan usaha yang dilakukan pelaku usaha mikro.

H3 = Variabel Menciptakan Kekuatan (X3) berpengaruh linier terhadap pengembangan usaha (Y). Nilai signifikansi untuk variabel bebas X3 adalah sebesar 0,011 dan nilainya lebih kecil dari 0,05 maka diputuskan untuk menerima H3 yang artinya ada pengaruh signifikan variabel menciptakan kekuatan terhadap variabel pengembangan usaha. Oleh karena itu semakin

bagus atau meningkat variabel menciptakan kekuatan akan membawa pengaruh semakin baiknya pengembangan usaha yang dilakukan pelaku usaha mikro.

H4 = Variabel Kelayakan Usaha (X4) berpengaruh linier terhadap pengembangan usaha (Y). Nilai signifikansi untuk variabel bebas X4 adalah sebesar 0,064 dan nilainya lebih besar dari 0,05 maka diputuskan untuk menolak H4 yang artinya tidak ada pengaruh signifikan variabel kelayakan usaha terhadap variabel pengembangan usaha. Oleh karena itu solusi yang lebih fokus dari manajemen usaha mikro di delapan kota tersebut untuk melakukan pemberian agar kelayakan usaha yang mereka jalankan dapat memicu pengembangan usaha yang dijalankan pelaku usaha mikro di delapan kota tersebut.

H5 = Variabel Penerapan Teknologi (X5) berpengaruh linier terhadap pengembangan usaha (Y). Nilai signifikansi untuk variabel bebas X5 adalah sebesar 0,097 dan nilainya lebih besar dari 0,05 maka diputuskan untuk menolak H5 yang artinya tidak ada pengaruh signifikan variabel penerapan teknologi terhadap variabel pengembangan usaha. Oleh karena itu solusi yang lebih fokus dari manajemen usaha mikro di delapan kota tersebut untuk melakukan pemberian terhadap kemampuan pelaku usaha dalam mengadopsi, menerapkan teknologi yang berkaitan dengan kegiatan usaha agar kegiatan penerapan teknologi yang mereka jalankan dapat memicu dan mendukung pengembangan usaha yang dijalankan pelaku usaha mikro.

Dari lima variabel bebas X yang diuji secara parsial, tiga diantaranya terbukti berpengaruh signifikan yaitu pemenuhan ekspektasi, perbaikan dan perubahan, kemudian menciptakan kekuatan memiliki kontribusi positif dan signifikan terhadap kegiatan pemberian usaha mikro. Sedangkan dua variabel bebas lainnya yakni kelayakan usaha dan penerapan teknologi belum terbukti signifikan. Berarti dua variabel yang tidak signifikan bisa jadi disebabkan oleh pelaku usaha di delapan kota di Jawa Timur tersebut belum maksimum dalam menguasai, memahami, dan menerapkan variabel-variabel tersebut. Penyebab variabel kelayakan usaha tidak berpengaruh signifikan karena model kemasan mereka untuk produk belum maksimal dan belum berjalan bagus, penerapan labelisasi kemasan belum berhasil dengan optimal, program sertifikasi produk belum berjalan secara menyeluruh bagi semua pelaku usaha, program Kurasi belum mencapai hasil yang dinginkan dan masih berproses, pelatihan penerapan digital marketing untuk kegiatan pemasaran dan penjualan belum mencapai hasil yang memuaskan. Kemudian mengapa variabel bebas penerapan teknologi belum berpengaruh signifikan, bisa jadi dikarenakan hal-hal sebagai berikut yakni Teknologi bidang proses produksi yang sedang dijalankan belum membuat hasil seperti yang diharapkan, modernisasi peralatan produksi atau peralatan pendukung lainnya belum mencapai hasil sesuai harapan karena bisa jadi masih dalam tahap proses atau masa transisi, ini akan berpengaruh terhadap proses pengembangan usaha. Penerapan digitalisasi belum

terlaksana bagi kelompok usaha mikro di delapan kota di Jawa Timur tersebut, sehingga pelaku usaha mikro belum dapat mengharapkan hasil apa-apa. Semua paham bahwa proses digitalisasi tidak semudah yang dibayangkan, dan proses tersebut dapat dijalankan apabila dunia usaha dan lingkungan usaha sudah menerapkan program digitalisasi secara menyeluruh, saat itu hasil yang diharapkan kemungkinan besar baru dapat dirasakan hasilnya. Penyebab lain adalah pengetahuan, kemampuan pelaku usaha mikro di depana kota Jawa Timur tersebut tentang membangun jaringan usaha belum mampu dikuasai dengan baik dan proses ini membutuhkan kerja sama dengan sesama pelaku usaha mikro baik di dalam kota maupun dengan pelaku usaha mikro yang berada di luar kota. Kondisi ini menghasilkan capaian-capaian yang belum dapat memuaskan pelaku usaha itu sendiri. Solusi terbaik mengatasi kondisi yang demikian adalah meningkatkan kapasitas kegiatan, pelatihan, pendampingan agar sumber daya manusia di dalam lingkungan usaha mikro di delapan kota tersebut kompetensinya dapat meningkat setahap demi setahap dalam jangka waktu tertentu, jika itu telah dicapai dan membawa manfaat maka baru dapat menopang kegiatan dalam meningkatkan pengembangan usaha mikro. Proses perbaikan kegiatan pendukung bagi variabel kelayakan usaha dan penerapan teknologi dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4. Solusi atau tindakan lanjut terhadap variabel kelayakan usaha dan variabel penerapan teknologi bagi usaha mikro.

Variabel	Permasalahan	Solusi atau Masukan
Kelayakan Usaha	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelatihan tentang kemasan 2. Labelisasi produk 3. Program sertifikasi produk 4. Program Kurasi 5. Penguatan digital marketing 	Melaksanakan kerja sama atau bergabung dengan lembaga yang bergerak di lingkungan usaha mikro seperti Mitra Mandiri Keluarga dan atau rumah Kurasi, karena dua lembaga tersebut tujuan utama mereka adalah melakukan perbaikan manajemen dan kinerja pelaku usaha di segala bidang sehingga kualitas pengelolaan usaha meningkat lebih baik dan pada akhirnya usaha miro mampu melakukan pembenahan usaha dan menyempurnakan produk yang mereka hasilkan. Melalui program ini banyak usaha mikro menjadi naik kelas dan produk mereka masuk kategori produk layak ekspor. Tanpa kerja sama seperti ini, pelaku usaha mikro sulit menjadi berkembang dan mereka hanya bisa menjadi pelaku usaha mikro skala kecil dan area lokal semata. Melalui rumah Kurasi, mereka pelaku usaha mikro mendapat bimbingan, pendampingan dari para ahli untuk membenahi segala sesuatu yang masih belum sempurna dari kegiatan usaha mikro, baik bidang manajemen, keuangan, proses
Penerapan Teknologi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi bidang proses produksi 2. Modernisasi peralatan 3. Penerapan digitalisasi 4. Pengetahuan jaringan usaha 	

Variabel	Permasalahan	Solusi atau Masukan
		produksi, sumber pendanaan, kegiatan pemasaran dan penjualan jangka panjang. Pelaku usaha dilatih bagaimana cara melakukan perbaikan dengan baik terhadap semua kelemahan yang dimiliki oleh pelaku usaha tersebut hingga batas waktu tertentu. Hasil kegiatan ini berupa manajemen yang lebih baik, produk yang semakin sempurna dan berpeluang diterima oleh pasar domestik maupun pasar ekspor. Dalam jangka panjang kegiatan ini mampu meningkatkan kinerja usaha mikro.

Untuk menopang pengembangan usaha maka kelompok pelaku usaha di delapan kota fokus pada dua hal pokok, yakni: Fokus meningkatkan kegiatan atau aktivitasnya pada dua bidang utama yaitu pemenuhan ekspektasi karena ini merupakan kebutuhan dasar pelaku usaha akan pengharapan sesuatu yang mampu menunjang dan menopang segala bentuk aktivitas yang berhubungan dengan lingkungan luar. Seperti menambah pelanggan, menemukan cara atau metode yang tepat dalam memasarkan produk, memilih sumber pendanaan yang paling efisien, kemudian menemukan mitra kerja sama yang sesuai dan cocok dengan karakteristik produk yang dipasarkan. Sedangkan untuk variabel perbaikan dan perubahan dilakukan dengan cara memperbanyak variasi produk sesuai kemasan dan volume. Memperbaiki kelayakan produk melalui program dan kegiatan sertifikasi. Perbaikan kemasan yang ramah lingkungan harus mendapat perhatian utama, sesuai dengan jenis bahan kemasan yang umum digunakan saat ini yaitu P.E.T (*Polyethylene Terephthalate*) dan H.D.P.E. (*High Density Polyethylene*) bahan kemasan ini tidak merusak lingkungan karena dapat di daur ulang. Fokus terakhir yang paling penting adalah mengikutkan produk dalam program sertifikasi Halal. Program ini bagian paling penting dari sebuah proses produksi dan pemasaran serta penjualan karena mampu memberikan keabsahan produk menjadi layak di edarkan dan dikonsumsi secara luas oleh masyarakat.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari lima variabel yang digunakan untuk mengestimasi kegiatan pengembangan usaha terutama kegiatan usaha mikro terbukti ada tiga variabel yang signifikan mampu menopang semua kegiatan yang mengarah pada pengembangan usaha, namun ada dua variabel yang tidak signifikan dalam proses pengembangan usaha. Bila variabel tidak signifikan artinya ada sesuatu apakah itu proses, atau kondisi, atau kegiatan tertentu yang belum optimal pelaksanaannya sehingga hasilnya belum mampu menopang kegiatan pengembangan usaha

mikro. Kedua variabel yang tidak signifikan bukan berarti harus dibuang atau ditanggalkan namun justru sebaliknya harus lebih fokus dalam melaksanakan pembenahan terhadap dua variabel tersebut yaitu kelayakan usaha dan penerapan teknologi. Walaupun di delapan kota Jawa Timur tersebut setiap kota memiliki karakteristik berbeda-beda bagi perilaku pemilik usaha namun satu hal yang pasti harus dilakukan adalah yang namanya kelayakan usaha beserta penerapan teknologi sudah menjadi tuntutan mutlak bagi setiap pelaku usaha dalam melakukan segala bentuk pembenahan manajemen usahanya terutama ketika mereka harus adaptasi dengan lingkungan luar.

Saran.

Mengingat penerapan teknologi adalah sesuatu yang penting di zaman ini maka pelaku usaha harus meningkatkan adaptasi dan memanfaatkan media sosial sebaik mungkin sebagai satu alat komunikasi dengan pelanggan dan konsumen. Ketika komunikasi dengan pelanggan dan konsumen semakin meningkat kuantitasnya, yang harus dilakukan oleh pelaku usaha mikro adalah melakukan inovasi yang berkaitan dengan produk yang mereka jual, inovasi bisa terkait desain, volume produk, bahan kemasan, penggunaan merek, mitra kerja sama, meningkatkan kapasitas produksi, kemudian menghindari hambatan dalam distribusi dan sejenisnya. Pada saat produk telah dikenal dan digemari oleh pelanggan yang harus dijaga dengan baik adalah jangan sampai produk stoknya kosong atau menghilang dari peredaran atau pasar. Bila kondisi ini terjadi jelas merugikan konsumen. Masih berkait dengan penerapan teknologi hal penting yang harus dilakukan adalah melakukan investasi walau nilainya tidak besar, seperti pergantian mesin, alat pres, desain atau bentuk kemasan, penambahan label atau merek agar produk selalu mudah dikenali dengan baik oleh calon konsumen. Dalam memenuhi kelayakan usaha, satu hal penting yang harus dilakukan adalah merubah posisi tempat usaha, mungkin dahulunya dilakukan dirumah sendiri bersama keluarga, namun karena usaha harus dikembangkan dengan baik, sekarang justru harus memilih tempat ditepi jalan, menyewa atau mendapatkan lokasi yang lebih mudah dijangkau konsumen. Beberapa hal di atas memiliki manfaat dan kontribusi besar bagi pengembangan sebuah usaha dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F., & Rahayu, E. (2018). Model Kemitraan Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Pedesaan. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 19(2), 145–158.
- Amarul, A., Sukirno, S., & Kurnia, D. (2019). Understanding the awareness of the importance of halal labels to business actors based on range of long business variations. *Business and Management Research*, 8(1), 17–21.

- Amha, W., & Ageba, W. (2006). Business development services (BDS) in Ethiopia: Status, prospects and challenges in the micro and small enterprise sector. *International Journal of Emerging Markets*, 1(4), 305–328.
- Ariani, A., & Utomo, M. N. (2017). Kajian Strategis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Tarakan. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118.
- Arifianto, E. Y., & Coiri, M. (2018). Pemanfaatan e-Commerce dalam pembelajaran manajemen usaha kecil Dan menengah. *Jurnal Komunikasi Pendidikan. Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 77–85. [https://doi.org/https://doi.org/10.32585/jkp.v2i1.67](https://doi.org/10.32585/jkp.v2i1.67)
- Athreye, S. S., Fassio, C., & Roper, S. (2021). Small firms and patenting revisited. *Small Business Economics*, 57, 513–530.
- Avriyanti, S. (2020). Peran e-commerce untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di era industri 4.0 (studi pada ukm yang terdaftar pada dinas koperasi, usaha kecil dan menengah kabupaten tabalong). *PubBis: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 4(1), 83–99.
- Bismala, L. (2017). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5(1), 19–26.
- Burawat, P. (2019). The relationships among transformational leadership, sustainable leadership, lean manufacturing and sustainability performance in Thai SMEs manufacturing industry. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 36(6), 1014–1036.
- Destany, Z. R., Suhaeni, T., & Putri I S. (2022). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 8(2).
- Dhamayantie, E., & Fauzan, R. (2017). Penguatan Karakteristik dan Kompetensi Kewirausahaan untuk meningkatkan kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 11(1), 80–91.
- Dosi, G., Grazzi, M., & Moschella, D. (2017). What do firms know? What do they produce? A new look at the relationship between patenting profiles and patterns of product diversification. *Small Business Economics*, 48, 413–429.

- Ediati, T. (2017). Peran Mediasi Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) pada Hubungan Pendapatan Sektor Pariwisata Dengan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kota Surakarta. *JURNAL WIDYA GANEWARA*, 26(2), 234–246.
- Hadiyati, E. (2012). Kreativitas dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Pemasaran Kewirausahaan Pada Usaha Kecil. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship (AJIE)*, 1(3), 135–151.
- Hamdan. (2019). Model Pengembangan Kreativitas dan Inovasi dalam Membentuk Entrepreneur di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 7(1), 59–68.
- Hanell S, Nordman E, & Tolstoy D. (2017). New Product Development in Foreign Customer Relationships: a Study of International SMEs. *International Journal Of Entrepreneurship & Regional Development*, 29(7), 715–734.
- Hapsari, P. P., Hakim, A., & Noor, I. (2014). Pengaruh pertumbuhan usaha kecil menengah (UKM) terhadap pertumbuhan ekonomi daerah (studi di pemerintah kota batu). *Wacana Journal of Social and Humanity Studies*, 17(2), 88–96.
- Hendarwan D. (2018). Menumbuhkan Jiwa, Perilaku dan Nilai Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kemandirian Bisnis. *Jurnal MBIA*, 17(2), 59–68.
- Lestari, C., Lubis, N., & Widayanto, W. (2015). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk Dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Studi Pada IKM Makanan Di Kecamatan Kuningan Kabupaten Kuningan Jawa Barat). *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 4(2), 185–196.
- Martina, N., Hasan, M. F. R., & Wulandari, L. S. (2021). Upaya peningkatan nilai ekonomis produk UMKM melalui sosialisasi diversifikasi produk. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), 2273–2282.
- Prasetyo, P. E. (2019). The Reliability Of Entrepreneurial Productivity As Driver Od Economic Growth And Employment. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(4), 1–15.
- Putri M, Abbas E, & Jumriani, J. (2021). Strategies in Developing Creative Economic Activities Based on Local Wisdom. *The Innovation of Social Studies Journal*, 3(1), 42–48.
- Santoso S. (2019). *Menguasai SPSS versi 25*. Elex Media Komputindo.

Simamora B. (2023, May 29). *Regresi Linier Berganda*.
<Https://Www.Bilsonsimamora.Com/Regresi-Linier-Berganda/>.
<https://www.bilsonsimamora.com/regresi-linier-berganda/>

Sonitehe, G. (2022). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi (Jamane)*, 1(1), 48–54.

Suci, Y. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58.

Sumaryana F. (2018). Pengembangan Klaster UMKM Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Usaha. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(1), 58–68.

Suwarni E, Sedyastuti, K., & Mirza, A. (2019). Peluang dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro pada Era Ekonomi Digital. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 2(2), 29–34.