

Pengaruh Inovasi Produk, Penerapan Teknologi, dan Kreativitas terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner Kabupaten Banjarnegara

Liya Apriliyani ^{1*}, Alfizi ², Faizal Rizky Yuttama ³

^{1, 2, 3} Universitas Harapan Bangsa, Indonesia

* liaapriliani024@gmail.com

Abstract

Urgensi penelitian ini yaitu membantu pelaku usaha dan pemangku kebijakan mengembangkan strategi efektif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis dan digitalisasi ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk, penerapan teknologi, dan kreativitas terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sektor kuliner di Kabupaten Banjarnegara. UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi, namun menghadapi berbagai tantangan yang mempengaruhi kinerjanya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner kepada 80 responden pelaku UMKM kuliner yang telah beroperasi minimal satu tahun. Populasi penelitian yaitu pegiat UMKM sektor kuliner di Kabupaten Banjarnegara. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner (angket). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melalui penyebaran kuesioner secara *online* yang selanjutnya akan dikumpulkan dan dioalah menggunakan SPSS versi 29. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk, penerapan teknologi, dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Temuan ini menegaskan pentingnya inovasi berkelanjutan, pemanfaatan teknologi, serta pengembangan kreativitas untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha kuliner di daerah.

Keywords: *Inovasi Produk, Penerapan Teknologi, Kreativitas, Kinerja UMKM, Kuliner*

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang (Diana et al., 2022). Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menggunakan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia (Saefullah et al., 2022). UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur. Selain itu UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia. Hadirnya pelaku bisnis UMKM merupakan salah satu penopang dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonomi di Indonesia sebagai kekuatan ekonomi daerah nasional (Husaini et al., 2023). Merebaknya UMKM hampir di setiap wilayah mampu membuka lapangan kerja produktif sebagai upaya strategis dalam mengentaskan pengangguran sehingga banyak angkatan kerja yang terserap karena semakin meluasnya kesempatan kerja. Total UMKM secara keseluruhan pada awal tahun 2024 berdasarkan informasi dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KomenkUPKM) berhasil menembus 66 juta dan memberikan kontribusi sebesar 61% terhadap pendapatan domestik bruto.

UMKM digolongkan atas beberapa klasifikasi yang ditetapkan Peraturan Presiden Nomor 7 tahun 2021 mengenai Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Usaha Mikro dan Usaha

Kecil. Klasifikasi ini merujuk pada perbedaan aset dan omset per tahun di masing-masing sektor usaha pada usaha mikro, kecil, dan menengah. Secara rinci, untuk usaha mikro memiliki kekayaan bersih maksimum Rp. 1.000.000.000 dengan omset maksimum Rp. 2.000.000.00. Faktor kemampuan sumber daya manusia, kepemilikan produk, pembiayaan, pemasaran menunjukkan hasil yang sama (Hendratmoko, 2023). Akses pemasaran, akses wirausaha, dukungan pemerintah juga menunjukkan hasil yang berpengaruh terhadap kinerja UMKM (Sari et al., 2021).

Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperkaya kehidupan manusia hal ini berarti bahwa dengan inovasi akan membuat sebuah usaha untuk selalu siap dengan perubahan dan tantangan untuk memperoleh keuntungan (Susdiani, 2020). Melakukan inovasi bukan semata-mata hanya menjadi berbeda saja tetapi harus memiliki nilai lebih menarik, unik dan sesuai dengan selera konsumen. Adanya berbagai sektor, seperti sektor pariwisata, perdagangan, industri dan terutama sektor ekonomi, termasuk para pelaku UMKM, memberikan kontribusi penting terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini ditandai dengan turunnya pertumbuhan perusahaan. UMKM merupakan salah satu bidang usaha yang memiliki peran cukup penting dalam mendorong pertumbuhan penjualan. Dengan demikian, menurunnya angka pertumbuhan perusahaan di Kabupaten Banjarnegara menunjukkan turunnya jumlah pelaku usaha dengan perubahan tren ekonomi daerah. Fenomena ini dapat dilihat melalui data jumlah perusahaan pada industri mikro kecil di Kabupaten Banjarnegara sebagai berikut:

Tabel 1. *Jumlah Perusahaan Pada Industri Mikro Kecil di Kabupaten Banjarnegara (Sumber : Badan Pusat Statistik 2021-2022)*

Kabupaten dan Kota	2021	2022
Banjarnegara	36.151	25.651

Berdasarkan data jumlah perusahaan pada industri mikro dan kecil menurut kabupaten di Provinsi Jawa Tengah, Kabupaten Banjarnegara mencatat sebanyak 35.151 perusahaan pada tahun 2021 dan mengalami penurunan menjadi 25.651 perusahaan pada tahun 2022. Penurunan ini menunjukkan adanya dinamika dalam perkembangan sektor usaha mikro dan kecil yang kemungkinan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kondisi ekonomi, perubahan regulasi, atau dampak lanjutan pandemi COVID-19. Meskipun mengalami penurunan, jumlah perusahaan industri mikro dan kecil di Kabupaten Banjarnegara masih tergolong tinggi, menunjukkan bahwa sektor ini tetap menjadi bagian penting dalam struktur ekonomi. Industri mikro dan kecil berperan dalam menyerap tenaga kerja, menggerakkan kegiatan ekonomi lokal, serta mendukung pertumbuhan usaha masyarakat secara berkelanjutan. Oleh karena itu, sektor ini memerlukan perhatian khusus agar tetap mampu bertahan dan berkembang.

Berdasarkan temuan observasi UMKM sektor kuliner di Kabupaten Banjarnegara, mereka melakukan inovasi pada produk dengan harapan dapat menjangkau pasar lebih luas. Mulai dari modifikasi ukuran, rasa, harga hingga desain pengemasan yang bervariasi. Pelaku usaha juga turut menciptakan produk yang benar-benar baru di usahanya sebagai upaya meningkatkan ketertarikan dan konsumen merasa tidak jenuh dengan varian menu yang sudah ada, meskipun produk baru yang diluncurkan tersebut sudah tergolong banyak di pasaran. Menjaga kualitas bahan baku maupun bahan tambahan selalu dikontrol oleh pelaku usaha karena bagaimanapun produk akan selalu dipasarkan dengan begitu konsumen tetap memiliki kepercayaan pada produk tersebut.

Penerapan teknologi informasi berdampak pesat pada UMKM. Bagaimana usaha skala mikro, kecil dan menengah ini bisa memanfaatkan teknologi informasi untuk usahanya, baik dari

segi perencanaan, distribusi, produksi, sampai dengan manajemen keuangan dan administrasinya. Kreativitas adalah salah satu bagian terpenting dari penelitian kewirausahaan untuk menentukan dampaknya terhadap kinerja bisnis atau usaha (Dani & Mujanah, 2021). Kinerja dapat didefinisikan sebagai efesiensi atau efektivitas dari sebuah tindakan yang dilakukan. Kinerja UMKM merupakan bentuk ukuran penilaian dari suatu yang dihasilkan oleh UMKM dalam sebuah periode waktu dengan penilaian standar yang telah ditentukan (Yundari & Artanti, 2025). Penilaian tersebut terdiri dari seberapa baik proses dan aktivitas yang dilakukan oleh UMKM sebagai hal mendasar dalam peningkatan profitabilitas. Oleh karena itu, ukuran kinerja sangat diperlukan dalam menilai seberapa baik hasil yang dituju oleh UMKM.

Penelitian terdahulu ditemukan *research gap* yang berkaitan dengan penelitian ini yang hasil temuannya berbeda-beda. Seperti penelitian yang dilakukan penelitian sebelumnya menunjukkan adanya hasil positif pada variabel inovasi produk terhadap kinerja usaha (Putri & Arif, 2023). Berbeda dengan temuan lain hasilnya menunjukkan inovasi produk tidak mempengaruhi kinerja bisnis (Permana, 2021). Penelitian lain menyimpulkan bahwa variabel teknologi informasi dan komunikasi memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja usaha (Riyanto, 2018). Sedangkan penelitian lain menunjukkan pemanfaatan teknologi tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap kinerja (Komariah *et al.*, 2022). Berkaitan uraian di atas, untuk mengetahui seberapa pengaruhnya inovasi produk, penerapan teknologi, dan kreativitas dalam mempengaruhi kinerja UMKM, penulis memutuskan untuk mengadakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk, Penerapan Teknologi, dan Kreativitas terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner di Kabupaten Banjarnegara”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui secara empiris bagaimana pengaruh inovasi produk, penerapan teknologi, dan kreativitas terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Kabupaten Banjarnegara, sehingga dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pelaku usaha dan pemangku kebijakan dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di era ekonomi digital.

Kebaharuan penelitian ini terletak pada fokusnya yang mengintegrasikan tiga faktor penting inovasi produk, penerapan teknologi, dan kreativitas secara simultan dalam konteks UMKM sektor kuliner di Kabupaten Banjarnegara, sehingga memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana ketiga faktor tersebut saling berinteraksi dan berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM, yang sebelumnya belum banyak diteliti khusus di wilayah dan sektor ini.

Metode

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode yang dipergunakan untuk mengetahui besaran populasi atau sampel yang kemudian mengumpulkan datanya memakai seperangkat alat penelitian serta angka/*statistik*. Lokasi penelitian ini berada di Kabupaten Banjarnegara. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari – Juni 2025. Penelitian ini dilakukan secara *online* dengan responden yang merupakan UMKM bergerak di sektor kuliner dan UMKM yang sudah 1 tahun atau lebih dan masih beroperasi di Kabupaten Banjarnegara yang disebarakan melalui media sosial. Populasi dapat dipahami sebagai area generalisasi yang terbagi atas objek maupun subjek. Pada penelitian ini populasinya yaitu pegiat UMKM sektor kuliner di Kabupaten Banjarnegara. Metode yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu *non probability sampling*, merupakan metode penarikan sampel dengan tidak memberikan harapan yang sama untuk tiap bagian dari populasi yang dijadikan sampel. Sedangkan teknik sampelnya memakai *purposive sampling*, merupakan cara menentukan sampel berdasarkan kriteria yang telah diterapkan (Sugiono, 2019). Untuk

penelitian ini, kriteria sampel adalah UMKM yang bergerak di sektor kuliner dan UMKM yang sudah berdiri 1 tahun atau lebih.

Instrumen dan Pengumpulan Data

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner (angket) yang terdiri dari beberapa pertanyaan berbasis skala Likert dengan rentang 1 – 5, yaitu: 1. = Sangat Tidak Setuju, 2. = Tidak Setuju, 3. = Netral, 4. = Setuju, 5. = Sangat Setuju. Data dalam penelitian dikategorikan berdasarkan beberapa kriteria yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Sedangkan Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber lain seperti jurnal, artikel, buku, dan data UMKM di Kabupaten Banjarnegara (Nasution, 2019).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melalui penyebaran kuesioner secara *online* yang selanjutnya akan dikumpulkan dan dioalah menggunakan SPSS versi 29 untuk menguji hipotesis dan mengetahui bagaimana variabel independen atau variabel X yaitu inovasi produk, penerapan teknologi, dan kreativitas dengan variabel dependen atau variabel Y yaitu kinerja UMKM. Prosedur penelitian ini adalah kuesioner berbasis skala likert (1 – 5) yang mencakup pertanyaan terkait inovasi produk, penerapan teknologi, kreativitas dan kinerja UMKM. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat individu atau kelompok orang tentang fenomena social (Nasution, 2019).

Tabel 2. Skala Likert

Kategori	Skor	Makna
Sangat Setuju (SS)	5	Responden sangat setuju dengan pernyataan
Setuju (S)	4	Responden setuju dengan pernyataan
Netral (N)	3	Responden netral/tidak memiliki pendapat
Tidak Setuju (TS)	2	Responden tidak setuju dengan pernyataan
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Responden sangat tidak setuju dengan pernyataan

Skala ini menguraikan variabel menjadi indikator. Indikator dan variabel digunakan sebagai dasar untuk membentuk item yang dapat berupa pertanyaan. Setiap alat yang menggunakan skala likert menghasilkan tanggapan yang berkisar dari sangat setuju hingga tidak setuju. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi berganda, uji t, uji koefisien determina

Hasil

Uji Validitas

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Inovasi Produk (X1)	X1.1	0,930	0,2195	Valid
	X1.2	0,959	0,2195	Valid
	X1.3	0,928	0,2195	Valid
Penerapan Teknologi (X2)	X2.1	0,958	0,2195	Valid
	X2.2	0,949	0,2195	Valid
	X2.3	0,957	0,2195	Valid
Kreativitas (X3)	X3.1	0,943	0,2195	Valid
	X3.2	0,940	0,2195	Valid
	X3.3	0,908	0,2195	Valid
Kinerja UMKM (Y)	Y1.1	0,896	0,2195	Valid
	Y1.2	0,933	0,2195	Valid
	Y1.3	0,919	0,2195	Valid

Tabel 3. terkait dengan uji validitas, dalam penelitian ini uji validitas dilakukan pada 80 responden dengan taraf nyata 0,05, kemudian menggunakan teknik pearson product moment yang digunakan dalam pengujian validitas, yang mana instrumen dikatakan valid apabila rhitung > rtabel (0,2195). Hasil dari uji validitas menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan dalam instrumen penelitian untuk variabel inovasi produk, penerapan teknologi, kreativitas, dan kinerja UMKM dinyatakan valid, karena nilai rhitung > rtabel, maka dari itu instrumen tersebut layak untuk digunakan.

Uji Realibilitas

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbachs' Alpha	Keterangan
Inovasi Produk (X1)	0,931	Reliabel
Penerapan Teknologi (X2)	0,950	Reliabel
Kreativitas (X3)	0,921	Reliabel
Kinerja UMKM (Y)	0,904	Reliabel

Tabel 4. menunjukkan bahwa uji reliabilitas memiliki *cronbach's alpha* lebih dari 0,60 yang berarti variabel digunakan dalam penelitian ini memiliki reliabilitas tinggi. Hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa instrumen pada penelitian ini dikatakan reliabel dan dapat dipercaya sebagai alat dari pengumpul bahan penelitian dan digunakan dalam penelitian selanjutnya karena setiap variabel tersebut memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,60.

Uji Normalitas

Tabel 5. Uji Normalitas

Unstandardized Residual			
N			80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.99394759
Most Extreme Differences	Absolute		.078
	Positive		.069
	Negative		-.078
Test Statistic			.078
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.250
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.238
		Upper Bound	.261

Tabel 5. terkait dengan uji normalitas data menunjukkan bahwa nilai dari *Asymp Sig* (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa data dari penelitian pada tabel tersebut berdistribusi normal sehingga dapat melakukan pengujian statistik selanjutnya.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-,497	1,570			-,316	,753		
Inovasi Produk	-,026	,089	-,029		-,291	,772	,597	1,674
Penerapan Teknologi	,486	,102	,477		4,775	<,001	,605	1,652
Kreativitas	,520	,159	,360		3,267	,002	,500	2,001

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 6. menjelaskan bahwa variabel inovasi produk memiliki nilai tolerance sebesar 0,597 > 0,10 dan nilai VIF 1,674 < 10, variabel penerapan teknologi memiliki nilai tolerance 0,605 > 0,10 dan nilai VIF 1,652 < 10, serta variabel kreativitas

memiliki nilai tolerance $0,500 > 0,10$ dan nilai VIF $2,001 < 10$. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas yang berarti tidak adanya korelasi antara variabel independen sehingga dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1 (Constant)	,892	,860		1,037	,303		
Inovasi Produk	-,022	,049	-,064	-,452	,652	,597	1,674
Penerapan Teknologi	-,132	,056	-,333	-2,359	,021	,605	1,652
Kreativitas	,166	,087	,297	1,906	,060	,500	2,001

Tabel 7. terkait dengan uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikan pada variabel inovasi produk sebesar $0,652 > 0,05$, kemudian nilai signifikansi pada variabel penerapan teknologi sebesar $0,021 > 0,05$ dan variabel kreativitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,060 > 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,497	1,570		-,316	,753
Inovasi Produk	-,026	,089	-,029	-,291	,772
Penerapan Teknologi	,486	,102	,477	4,775	<,001
Kreativitas	,520	,159	,360	3,267	,002

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 8. di atas makadapat diketahui jika : 1). Nilai koefisien regresi inovasi produk (X1) dalam penelitian ini bernilai negatif dan tidak menunjukkan hubungan yang searah terhadap kinerja UMKM dengan koefisien regresi sebesar -0.026 yang berarti apabila penurunan dari inovasi, maka akan mempengaruhi kinerja UMKM. 2). Nilai koefisien regresi penerapan teknologi (X2) dalam penelitian ini bernilai positif dan menunjukkan hubungan yang searah terhadap kinerja UMKM dengan koefisien sebesar 0.486 yang berarti apabila penerapan teknologi ditingkatkan maka kinerja UMKM akan meningkat. 3). Nilai koefisien regresi kreativitas (X3) dalam penelitian ini bernilai positif dan menunjukkan hubungan yang searah terhadap kinerja UMKM dengan koefisien regresi sebesar 0.520 yang berarti kreativitas ditingkatkan maka kinerja UMKM juga akan meningkat, begitupula dengan sebaliknya.

Tabel 9. Uji Signifikan Parsial Inovasi Produk

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	7,866	1,216		6,469	<,001	
Inovasi Produk	,379	,090	,429	4,199	<,001	

Berdasarkan data pada tabel 9. dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil uji hipotesis dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini .

H1 : Inovasi Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Nilai sig untuk pengaruh (parsial) X1 terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,5$ dan nilai t hitung $4,199 > 1,990$, sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi produk (X1) secara parsial memiliki

pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Y). Berdasarkan uji hipotesis diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa H1 diterima.

Tabel 10. Uji Signifikan Parsial Penerapan Teknologi

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	3,524	1,152		3,060	,003
Penerapan Teknologi	,694	,084	,682	8,229	<,001

Berdasarkan data pada tabel 10. dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil uji hipotesis dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H2 : Penerapan Teknologi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Nilai sig diketahui untuk pengaruh (parsial) X2 terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,5$ dan t hitung $8,229 > 1,992$, sehingga dapat disimpulkan bahwa penerapan teknologi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Y). Berdasarkan uji hipotesis diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa H2 diterima.

Tabel 11. Uji Signifikan Kreativitas

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	,289	1,759		,164	,870
Kreativitas	,915	,127	,632	7,204	<,001

Berdasarkan data pada tabel 11. dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil uji hipotesis dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H3 : Kreativitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Nilai sig untuk pengaruh (parsial) X3 terhadap Y adalah sebesar $0.001 < 0,05$ dan nilai t hitung $7.204 > t$ tabel 1.990, sehingga dapat disimpulkan bahwa kreativitas (X3) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan uji hipotesis diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa H3 diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 12. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b									
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	,735 ^a	,540	,522	1,394	,540	29,755	3	76	<,001

Berdasarkan tabel 12. menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi terdapat pada adjusted R square yang didapatkan sebesar 0.522. Hal ini menjelaskan kemampuan dari variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 47,8% sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

Inovasi Produk berpengaruh pada kinerja UMKM kuliner di Kabupaten Banjarnegara.

Hasil pengujian statistik menunjukkan hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima, artinya inovasi produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM

sektor kuliner di Kabupaten Banjarnegara. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk merupakan kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperkaya kehidupan manusia. Hal ini berarti bahwa dengan inovasi akan membuat sebuah usaha untuk selalu siap dengan perubahan dan tantangan untuk memperoleh keuntungan. Melakukan inovasi bukan semata-mata hanya menjadi berbeda saja tetapi harus memiliki nilai lebih menarik, unik, dan sesuai dengan selera konsumen. Penelitian ini juga didukung oleh *teori resource based view* (RBV) yang menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif suatu perusahaan bergantung pada sumber daya internal yang unik, seperti kemampuan berinovasi dan menciptakan gagasan baru yang sulit ditiru oleh pesaing.

Hasil penelitian oleh sebelumnya menjelaskan bahwa semakin tinggi inovasi maka kinerja UMKM suatu produk juga akan semakin meningkat (Putri & Arifiani., 2022). Hal ini dikarenakan kesuksesan dari suatu usaha untuk menjaga kelangsungan penjualan produknya terletak pada kemampuannya untuk selalu berinovasi, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Inovasi merupakan perubahan bisa dalam bentuk transformasi, difusi yang berujung perubahan (Sukriani, 2022). Dengan inovasi berarti dapat menciptakan keunggulan dalam bentuk baru, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara tingkat kreativitas dalam pengembangan produk, proses, atau strategi dengan tingkat inovasi yang diterapkan dalam usaha kuliner di UMKM (Fenny & Setyawan, 2024). Ini menandakan bahwa semakin kreatif UMKM dalam menghasilkan ide, semakin tinggi juga kemungkinan menerapkan inovasi dalam usaha.

Penerapan Teknologi berpengaruh pada kinerja UMKM kuliner Kab Banjarnegara

Hasil pengujian statistik menunjukkan hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima, artinya penerapan teknologi secara parsial memiliki positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Kabupaten Banjarnegara. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi merupakan proses penggunaan atau pemanfaatan berbagai jenis teknologi baik berupa alat, mesin, atau aplikasi untuk membantu manusia menyelesaikan pekerjaan atau permasalahan secara lebih efisien, efektif, dan inovatif.

Penelitian ini juga didukung dengan teori *technology acceptance model* (TAM) yang menjelaskan bahwa penerimaan teknologi oleh pengguna dipengaruhi oleh persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaannya. Inovasi mengacu pada penciptaan dan aplikasi pengetahuan baru dan pengembangan proses baru, produk baru, dan layanan baru. Semakin kuat UMKM melakukan inovasi, akan semakin efektif kinerja inovasinya yang mengarah ke inovasi kinerja bisnis yang baik.

Penggunaan teori RBV berfungsi untuk membantu memahami bahwa inovasi produk merupakan aset yang penting guna meningkatkan kinerja perusahaan. TAM menggambarkan hubungan kasual antara keyakinan dan tindakan, tujuan kebutuhan dan penggunaan teknologi atau *system* dalam hal ini, variabel penerapan teknologi adalah variabel eksternal yang dapat menentukan sikap dan niat pada penggunaan teknologi. Perkembangan teknologi yang pesat telah memaksa banyak organisasi dan perusahaan untuk mengevaluasi kembali praktik yang ada dan mempertimbangkan untuk mengadopsi metode baru bagi pelanggan dan mitra bisnis.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Ferdiansyah & Bukhari, 2021). Hal ini membuktikan bahwa penggunaan teknologi dapat membantu usaha atau bisnis dalam meningkatkan penjualan, menghasilkan

produk manfaat yang diperoleh UMKM dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kinerja usaha. Hasil penelitian lain juga menunjukkan bahwa ada pengaruh teknologi terhadap kinerja UMKM, hal ini menunjukkan semakin tinggi penggunaan teknologi maka kinerja karyawan akan meningkat, sebaliknya jika penggunaan teknologi menurun maka kinerja karyawan juga menurun (Hasanah *et al.*, 2021). Penelitian lain juga mengemukakan bahwa teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja (Aminah *et al.*, 2021).

Kreativitas berpengaruh pada kinerja UMKM kuliner di Kabupaten Banjarnegara.

Hasil pengujian statistik menunjukkan hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima, artinya kreativitas secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Kabupaten Banjarnegara, semakin tinggi kreativitas terhadap kinerja UMKM maka akan menumbuhkan kinerja yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas mampu mengembangkan ide-ide baru dan menyesuaikan diri dengan perubahan pasar. Penelitian ini juga didukung dengan teori *resource based view* (RBV) yang dimana kreativitas dan inovasi ini saling berkaitan antara keduanya, bahwa kreativitas memungkinkan munculnya ide dan pendekatan baru dalam produk maupun proses bisnis. Kemudian kreativitas dapat dipandang sebagai sumber daya organisasi dalam kaitannya dengan penggunaan RBV dalam mencapai kinerja bisnis. Penggunaan teori RBV berfungsi untuk memahami bahwa inovasi produk dan kreativitas merupakan aset yang penting guna meningkatkan kinerja perusahaan. Penelitian sebelumnya menganalisis dampak kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Lorensa & Hidayah, 2022). Selain itu pada penelitian lainnya juga menunjukkan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Adietya *et al.*, 2015). Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan (Andini *et al.*, 2021). Hal ini bahwa kreativitas yang dilakukan pelaku UMKM mampu mengolah produk baru sehingga dapat meningkatkan kinerja pelaku UMKM.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada hasil penelitian ini, maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

- 1). Berdasarkan hasil analisis data, inovasi produk, penerapan teknologi, dan kreativitas masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Kabupaten Banjarnegara.
- 2). Inovasi produk, seperti pengembangan produk baru dan keunikan produk, meningkatkan kinerja UMKM sesuai teori RBV sebagai strategi memenangkan persaingan pasar.
- 3). Penerapan teknologi pada proses produksi, distribusi, dan pemasaran meningkatkan efisiensi dan posisi usaha sesuai teori TAM, sedangkan kreativitas pelaku UMKM dalam mengembangkan ide baru menjadi faktor internal penting untuk menciptakan keunggulan bersaing menurut teori RBV.

Implikasi penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa UMKM sektor kuliner di Kabupaten Banjarnegara perlu meningkatkan inovasi produk, penerapan teknologi, dan kreativitas secara berkelanjutan agar dapat meningkatkan kinerja dan daya saing, sementara dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan dan fasilitasi teknologi sangat penting untuk mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Keterbatasan penelitian ini hanya menggunakan 3 (tiga) variabel independen yang mempengaruhi kinerja UMKM, yaitu inovasi produk, penerapan teknologi, dan kreativitas. Masih terdapat variabel independen lain yang mampu menjelaskan dan memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM. Bagi peneliti selanjutnya dapat memperbanyak jumlah variabel yang digunakan, karena untuk menambahkan variabel lain.

Acknowledgment

-

Daftar Pustaka

- Aminah, A., Herawati, J., & Septyarini, E. (2021). Pengaruh pengendalian internal, pemanfaatan teknologi informasi dan pengalaman kerja terhadap kinerja pegawai. *Publik*, 8(2), 290–305. <https://doi.org/10.37606/publik.v8i2.237>
- Dani, A. R., & Mujanah, S. (2021). Pengaruh servant leadership, beban kerja dan kreativitas terhadap kinerja karyawan Dinas Perhubungan Kabupaten Bangkalan Madura dengan komitmen organisasi sebagai variabel intervening. *Media Mahardhika*, 19(3), 434–445. <https://doi.org/10.29062/mahardika.v19i3.269>
- Diana, D., Hakim, L., & Fahmi, M. (2022). Analisis faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM di Tangerang Selatan. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(2), 67–74. <https://doi.org/10.24853/jmmb.3.2.67-74>
- Fenny, F., & Setyawan, A. (2024). Peran kepuasan kerja dalam pengaruh gaya kepemimpinan dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan UMKM Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 372–388. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3688>
- Ferdiansyah, A., & Bukhari, E. (2021). Pengaruh modal, financial knowledge, teknologi dan media sosial terhadap kinerja UMKM fashion di Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen*, 17(2), 103–114. <https://doi.org/10.31599/jiam.v17i2.537>
- Hasanah, R., Khuzaini, & Sulastini. (2021). Pengaruh inovasi dan teknologi informasi terhadap kinerja UMKM pakaian Sasirangan di Kota Banjarmasin. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 10(2), 35. <https://doi.org/10.20527/jbp.v10i2.10996>
- Hendratmoko, H. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Orientasi Bisnis dan Entrepreneurship (JOBS)*, 2(1), 50–65. <https://doi.org/10.33476/jobs.v2i1.1782>
- Husaini, M., Raudah, S., & Amaliya, M. (2023). Implementasi program perluasan jangkauan UMKM di Kabupaten Balangan. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(6), 2134–2139. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i6.1027>
- Komariah, N. S., Nursal, M. F., & Rianto, M. R. (2022). Pengaruh inovasi dan media sosial terhadap kinerja UMKM makanan halal di Kota Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2247–2252. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5957>
- Lorensa, E., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh inovasi produk, orientasi pasar dan media sosial terhadap kinerja UMKM fashion. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(3), 739–748. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i3.19768>
- Nasution, S. L. (2019). Pengaruh citra perusahaan, pelayanan, dan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Master Cash & Credit Kota Pinang. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 6(1), 60–69. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i1.35>
- Permana, I. (2010). Kinerja bisnis usaha kecil menengah makanan siap saji D'Besto. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 19(2), 97–104. <https://doi.org/10.33370/jpw.v19i2.129>
- Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh digital marketing dan inovasi produk terhadap pendapatan. *Jesya*, 6(1), 194–208. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.915>
- Putri, V. P., & Arifiani, R. S. (2022). Orientasi pasar dan budaya organisasi dalam mempengaruhi inovasi dan kinerja pemasaran. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 11–21. <https://doi.org/10.35829/magisma.v10i1.157>

- Riyanto, S. (2018). Analisis pengaruh lingkungan internal dan eksternal terhadap keunggulan bersaing dan kinerja usaha kecil menengah (UKM) di Madiun. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 5(3).
<https://doi.org/10.35794/jmbi.v5i3.21707>
- Sari, A. D., Suharno, S., & Achmad, G. N. (2021). Pengaruh inovasi pemasaran terhadap kinerja inovatif dan kinerja pemasaran pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Kota Bontang. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(1), 23–28.
<https://doi.org/10.56338/jsm.v8i1.1431>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*.
- Sukriani, N. (2022). Pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap kinerja usaha pelaku UMKM kuliner di Kota Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 64–71.
<https://doi.org/10.35446/bisniskompetif.v1i2.998>
- Susdiani, L. (2020). Analisis pengaruh inovasi terhadap kinerja UMKM pada industri kreatif di Kota Padang. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(4), 450–465.
<https://doi.org/10.35145/procuratio.v8i4.758>
- Yundari, T., & Artati, D. (2025). Analisis pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan dan pendapatan terhadap keputusan investasi. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(1), 129–145.
<https://doi.org/10.60036/jbm.v5i1.314>