

Pengaruh Jaringan Usaha dan Harga Terhadap Pengembangan Usaha untuk Mencapai Keberhasilan UMKM di Kabupaten Buleleng

Komang Krishna Tridipayana¹

S1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma¹

ABSTRAK

Observasi ini tujuan untuk mendapatkan informasi mengenai bagaimana Jaringan Usaha dan Harga, yang dimediasi oleh Pengembangan Usaha, dan memengaruhi Keberhasilan UMKM di Kabupaten Buleleng. Pendekatan yang dipakai yaitu kuantitatif, dengan akumulasi data menggunakan kuesioner yang disebar ke Google Form dan melibatkan penelitian lapangan dengan skala Likert sebagai instrumen pengukuran. Responden yang terlibat merupakan pemilik usaha di sektor jasa, dagang, dan industri, dengan jumlah total 100 orang. Kajian data memakai acuan persamaan struktural (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS), memakai aplikasi SmartPLS. Hasil observasi membuktikan Jaringan Usaha, Harga, dan Pengembangan Usaha berpengaruh positif dan berkelanjutan terhadap Keberhasilan UMKM. Selain itu, Jaringan Bisnis dan Harga juga berpengaruh positif dan berkelanjutan terhadap Pengembangan Usaha. Selanjutnya, Jaringan Bisnis dan Harga juga memiliki pengaruh positif dan berkelanjutan terhadap Keberhasilan UMKM melalui Pengembangan Bisnis.

Kata Kunci : Jaringan Usaha, Harga, Pengembangan Usaha, Keberhasilan UMKM

ABSTRACT

This observation aims to obtain information about how Business Networks and Prices, mediated by Business Development, influence the success of MSMEs in Buleleng Regency. The approach used is quantitative, with data accumulation using a questionnaire distributed on Google Form and involving field research with a Likert scale as a measurement instrument. The respondents involved were business owners in the service, trade and industrial sectors, with a total of 100 people. The data study uses a Partial Least Square (PLS) based structural equation (SEM) reference, using the SmartPLS application. Observation results prove that business networks, prices and business development have a positive and sustainable influence on the success of MSMEs. Apart from that, Business Networks and Prices also have a positive and sustainable influence on Business Development. Furthermore, Business Networks and Prices also have a positive and sustainable influence on the success of MSMEs through Business Development.

Keywords : Business Network, Price, Business Development, MSME Succes.

PENDAHULUAN

Perkembangan dinamika bisnis di Indonesia menjadi menarik, terutama dengan berkembangnya jaringan ekonomi yang memberikan kesempatan lebih luas bagi perusahaan untuk bersaing dalam menarik minat konsumen. Pastinya, dalam memenuhi semua yang dibutuhkan perusahaan memerlukan kemampuan, pemahaman, kecerdasan, usaha, serta keterampilan yang tepat agar tidak menemukan suatu masalah yang lebih sulit, seperti orang yang menjalankan bisnis atau usaha yang sering disebut dengan wirausaha. Menurut Ramaditya (2020) wirausaha adalah individu yang mampu menghasilkan kekayaan melalui ide-ide baru, menjadi pusat pertumbuhan lapangan kerja dan ekonomi, serta membagi kekayaan yang didapat berdasarkan usaha keras dan pengambilan risiko. Proses menjalankan suatu bisnis dan usaha, seorang wirausaha memerlukan jangkauan usaha yang sering disebut dengan jaringan usaha. Jaringan usaha melibatkan keterlibatan unit usaha lain dalam kegiatan produksi dan pemasaran produk yang dilakukan oleh produsen. Volume penjualan meningkat ketika perusahaan terlibat dalam jaringan usaha tersebut. Sehingga, perusahaan dapat dengan lebih mudah memperoleh informasi mengenai pasar produknya, perkembangan teknologi, dan sumber-sumber

pendanaan yang lebih mudah dijangkau. Kemampuan dalam menetapkan jaringan usaha memengaruhi penetapan harga, memungkinkan seorang pemilik usaha untuk menyesuaikan dengan pendapatan konsumen dan mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan usaha. Harga memiliki dampak langsung terhadap profitabilitas perusahaan. Penetapan harga mempengaruhi jumlah barang yang terjual, yang pada gilirannya memengaruhi biaya produksi karena efisiensi produksi tergantung pada volume penjualan. Sebagai hasilnya, harga juga berdampak pada pendapatan dan biaya total perusahaan.

Pengaruh jaringan usaha dan harga mempunyai pengaruh terhadap keberhasilan UMKM. Namun, belum bisa dikatakan berhasil jika tidak melihat pengembangan usaha. Menurut Purba (2019), pengembangan usaha adalah aktivitas ekonomi yang dilakukan secara independen oleh masyarakat, keluarga, atau individu dalam skala kecil. Secara umum, pengembangan usaha dalam konteks ekonomi nasional berperan sebagai protagonis utama dalam aktivitas ekonomi, sebagai penyedia lapangan kerja terbesar, dan memiliki peran signifikan dalam mengembangkan ekonomi lokal serta memberdayakan masyarakat. Selain itu, mereka juga menciptakan pasar baru dan memberikan kontribusi terhadap keseimbangan neraca pembayaran.

Di Kabupaten Buleleng terdapat 9 Kecamatan, UMKM terdapat perbandingan jumlah usaha formal dan informal menurut sektor usaha yaitu perdagangan, perindustrian, pertanian non pertanian, dan aneka jasa. Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat diketahui bahwa UMKM di Kabupaten Buleleng dari tahun 2019 sampai dengan 2022 mengalami peningkatan setiap tahunnya. Jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng sampai tahun 2022 sebanyak 66.368 jenis usaha sesuai dengan data yang didapat pada Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Koperasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Pada setiap klasifikasi usaha terdapat 2 jenis usaha yaitu usaha formal dan informal yang perhitungan datanya tidak mengalami penurunan namun saat mengadakan wawancara dengan kepala dinas perdagangan, dan menuju lokasi usaha penelitian bahwa usaha yang dikatakan berhasil usaha formal yang dimana perusahaan memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan telah terdaftar secara resmi di Dinas. Namun usaha informal usaha yang tidak sepenuhnya memiliki ijin dan produktivitas masih kurang sebanyak data yang didapat. Hal ini, menunjukkan masih banyak perlu pengembangan usaha di Kabupaten Buleleng.

Ini mencerminkan penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dampak jaringan usaha pada pengembangan usaha di Kabupaten Buleleng, dampak harga pada pengembangan usaha di Kabupaten Buleleng, dampak pengembangan usaha pada keberhasilan UMKM di Kabupaten Buleleng, dampak jaringan usaha pada keberhasilan UMKM di Kabupaten Buleleng, dampak harga pada keberhasilan UMKM di Kabupaten Buleleng, dampak jaringan usaha melalui pengembangan usaha pada keberhasilan UMKM di Kabupaten Buleleng, dan dampak harga melalui pengembangan usaha pada keberhasilan UMKM di Kabupaten Buleleng.

Maka dengan adanya perkembangan UMKM dan kesenjangan peneliti, peneliti ingin membangun hubungan antara pengembangan usaha atau pun perusahaan dengan mengaplikasikan jaringan usaha, dan harga, akan mampu membentuk keberhasilan UMKM yang ketat menjadikan keunikan dari usaha atau perusahaan dan meningkatkan minat berwirausaha pada masyarakat, yang akan berpengaruh dalam mencapai keberhasilan suatu usaha di Kabupaten Buleleng.

METODOLOGI PENELITIAN

Observasi ini menerapkan ancangan kuantitatif untuk menginvestigasi ikatan antara variabel independen, variabel dependen, dan variabel mediasi. Variabel terikat dalam observasi ini adalah Keberhasilan UMKM (Y), sementara variabel bebas meliputi Jaringan Usaha (X1) dan Harga (X2), dengan variabel mediasi Pengembangan Usaha (Z). Populasi yang diteliti adalah para pelaku usaha UMKM di 9 Kecamatan di Kabupaten Buleleng, yang dipilih berdasarkan sektor usaha yang dijalankan. Penelitian ini mengambil populasi data dari tahun 2019 sampai dengan 2022 dengan jumlah populasi sebanyak 66.368 pelaku usaha UMKM di Kabupaten Buleleng. Ancangan yang dipakai yaitu probability sampling dengan simple random sampling. Cara menentukan jumlah sampel, observasi ini menerapkan rumus Slovin dengan derajat signifikansi 10%. Hasilnya, jumlah sampel yang diambil adalah 100 pelaku usaha dari 9 Kecamatan di Kabupaten Buleleng. Data yang dipakai terdiri dari data primer yang diambil langsung dengan pemilik usaha di lapangan, dan data sekunder yang dikumpulkan dengan Google Form dari pelaku usaha UMKM di Sembilan Kecamatan di Kabupaten

Buleleng. Observasi ini memakai skala Likert 1 hingga 5 untuk mengetahui jawaban dari pemilik usaha. Teknik pengumpulan data dengan cara melakukan kuesioner, yang berbobot serangkaian pertanyaan tertulis yang harus diisi oleh pemilik usaha. Analisis yang digunakan yaitu ancangan kuantitatif dengan memakai perangkat lunak PLS (Partial Least Square) versi 4.0 untuk memproses data penelitian. Uji analisis data yang dilakukan mencakup uji Outer Model, Inner Model, Mediasi, dan Hipotesis.

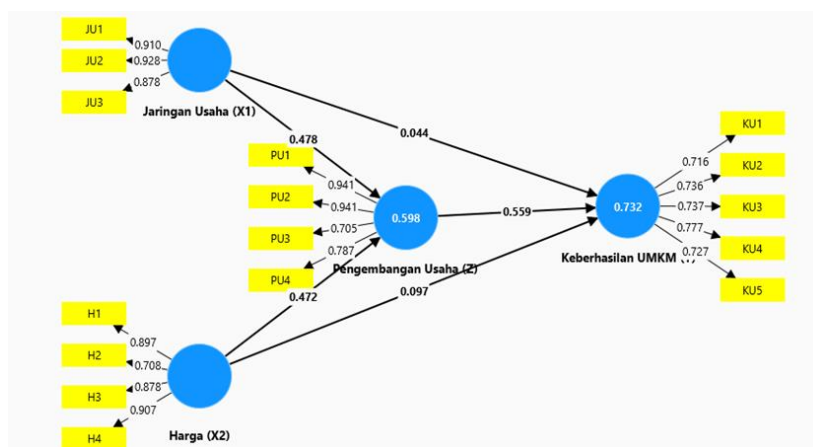
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Model Pengukuran (Outer Model)

Observasi ini memiliki 3 macam uji model, yakni Uji Validasi Konvergen (*Convergent Validity*), Uji Validasi Diskriminan (*Discriminant Validity*), dan Uji Reabilitas (*Composite Reliability*). Bentuk evaluasi *Outer Model* disimak dalam uraian berikut.

Gambar 1. Outer Model



Uji Validasi Konvergen (*Convergent Validity*)

Pada validasi konvergen, terdapat 2 kriteria yaitu nilai faktor pemuatan (*loading factor*) dan nilai AVE (*Average Variance Extracted*). Menurut Ghazali (2018) yang dikutip oleh Satyawati (2019), kadar introspektif, dianggap tinggi apabila korelasinya lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur. Berikut adalah hasil *Output SmartPLS* untuk faktor pemuatan (*loading factor*) dalam observasi ini:

Tabel 1. Uji Validitas Konvergen

Indikator	Jaringan Usaha (X1)	Harga (X2)	Pengembangan Usaha (Z)	Keberhasilan UMKM (Y)
JU1	0,910			
JU2	0,928			
JU3	0,878			
H1		0,897		
H2		0,708		
H3		0,878		
H4		0,907		
PU1			0,941	
PU2			0,941	
PU3			0,705	
PU4			0,787	
KU1				0,716
KU2				0,736
KU3				0,737
KU4				0,777
KU5				0,727

Pada tabel diatas, disimpulkan nilai *Outer Loading* dari setiap variabel dalam pengujian menggunakan SmartPLS mempunyai nilai di atas 0,7. Hal ini membuktikan bahwa indikator yang dipakai dalam kuesioner observasi dianggap benar.

Tabel 2. Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Jaringan Usaha (X1)	0,820
Harga (X2)	0,725
Pengembangan Usaha (Z)	0,722
Keberhasilan UMKM (Y)	0,546

Pada data diatas jumlah *Average Variance Extracted (AVE)* masing – masing variabel adalah Jaringan Usaha (X1) = 0,820, Harga (X2) = 0,725, Pengembangan Usaha (Z) = 0,722, dan Keberhasilan UMKM (Y) = 0,546. Keempat variabel memperoleh nilai AVE > 0,05 bearti variabel sudah valid.

Tabel 3. Nilai *Cross Loading*

Indikator	Jaringan Usaha (X1)	Harga (X2)	Pengembangan Usaha (Z)	Keberhasilan UMKM (Y)
JU1	0,910	0,393	0,600	0,575
JU2	0,928	0,311	0,546	0,523
JU3	0,878	0,273	0,584	0,549
H1	0,289	0,897	0,506	0,494
H2	0,377	0,708	0,566	0,579
H3	0,260	0,878	0,552	0,598
H4	0,289	0,907	0,522	0,513
PU1	0,683	0,523	0,941	0,790
PU2	0,683	0,523	0,941	0,790
PU3	0,329	0,549	0,705	0,544
PU4	0,412	0,598	0,787	0,684
KU1	0,467	0,559	0,459	0,716
KU2	0,356	0,382	0,483	0,736
KU3	0,323	0,491	0,486	0,737
KU4	0,656	0,513	0,931	0,777
KU5	0,304	0,439	0,518	0,727

Hasil Validasi Diskriminan

Hasil pengujian setiap variabel dilihat dari jumlah *cross loading*, memverifikasi terdapat korelasi antar indikator pengukuran yang lebih besar dari konstruk lainnya. Setiap indikator dianggap benar jika jumlah korelasi *cross loadingnya* lebih tinggi dari konstruk laten lainnya. Tabel 3 membuktikan bahwa jumlah korelasi *cross loading* indikator penelitian lebih tinggi daripada variabel laten *cross loading* yang lain menunjukkan nilai yang lebih rendah dibandingkan indikator variabel laten. Hasil jumlah *cross loading* masing-masing variabel memiliki nilai di atas 0.7, menunjukkan bahwa semua indikator benar dalam mengukur konstruk masing-masing. Sebagai contoh, pada variabel item memiliki jumlah *cross loading* 0,910 yang lebih tinggi dari 0,7. Jumlah *cross loading* untuk JU1 memiliki korelasi yang lebih tinggi dengan variabel H (0.393), PU (0.600), dan KU (0.575). Dengan demikian, dirangkum bahwa kriteria validitas diskriminan valid.

Hasil Uji Realibitas

Uji reliabilitas dianggap diandalkan adakata jumlah *Cronbach's alpha* lebih dari 0,70, sesuai dengan pandangan oleh Muhtarom et al. (2022).

Tabel 4. Uji Reabilitas

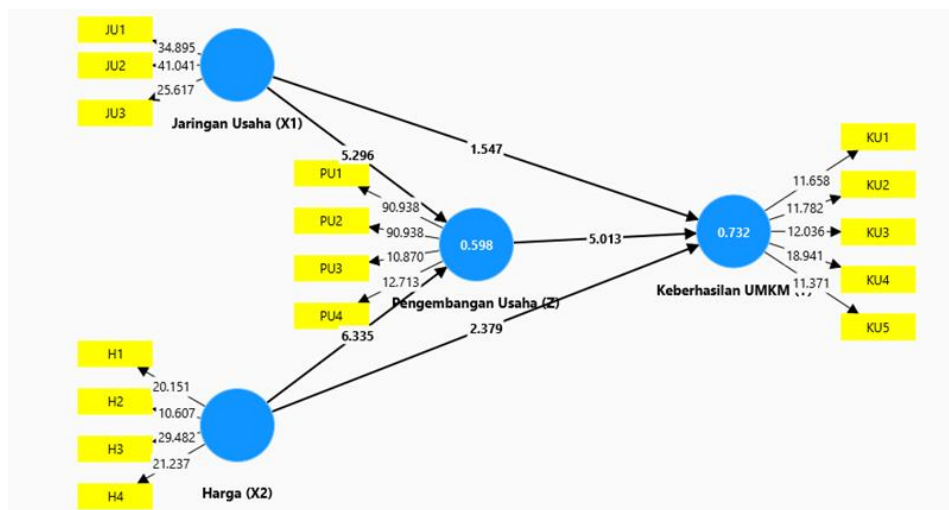
Variabel	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Jaringan Usaha (X1)	0,890	0,891	0,932	0,820
Harga (X2)	0,870	0,869	0,913	0,725
Pengembangan Usaha (Z)	0,867	0,892	0,911	0,722
Keberhasilan UMKM (Y)	0,798	0,835	0,857	0,546

Dari tabel diatas, jumlah Cronbach's alpha untuk variabel jaringan usaha, harga, pengembangan usaha, dan keberhasilan UMKM membuktikan jumlah yang lebih besar dari 0,70 mengindikasikan reliabilitas yang baik. Oleh karena itu, variabel jaringan usaha, harga, pengembangan usaha, dan keberhasilan UMKM dapat diterima sebagai reliabel.

Struktural Model (Inner Model)

Model struktural berfungsi sebagai penghubung antara variabel dependen dan koefisien parsial untuk variabel independen, dinilai melalui jumlah signifikansi dari nilai t-statistik, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Idawati Agung Ayu (2020).

Gambar 2. Inner Model



Hasil Uji Koefesien Part

Penilaian model struktural dilakukan dengan mengevaluasi koefisien parsial, yang penghubung antara konstruk eksogen dan endogen melalui uji t-statistik dan koefisien jalur struktural. Koefisien jalur struktural dapat diturunkan dari sampel asli, dan jika positif, menunjukkan hubungan searah antara konstruk tersebut. Dalam penilaian ini, tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ dan jumlah t-tabel adalah 1,96. Jika nilai t-statistik > t-tabel, dapat disimpulkan bahwa konstruk eksogen mempunyai pengaruh yang berkelanjutan terhadap konstruk endogen.

Tabel 5. Uji Path Coefficients

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Value
Jaringan Usaha -> Pengembangan Usaha	0,470	0,472	0,089	5,296	0,000
Jaringan Usaha -> Keberhasilan UMKM	0,217	0,217	0,096	2,257	0,024
Harga -> Pengembangan Usaha	0,467	0,473	0,074	6,335	0,000
Harga -> Keberhasilan UMKM	0,210	0,215	0,088	2,379	0,017
Pengembangan Usaha -> Keberhasilan UMKM	0,610	0,602	0,122	5,013	0,000

Berdasarkan Tabel 5, hasil uji *Part Coefficient* menunjukkan bahwa pengaruh antar variabel secara langsung adalah sebagai berikut:

- a. Koefisien Parameter Jaringan Usaha mempengaruhi Pengembangan Usaha secara positif dan berkelanjutan, dengan jumlah koefisien parameter 0,470. Nilai signifikansi adalah 0,000, lebih rendah dari tingkat alpha 0,050, dan jumlah T statistik adalah 5,296, melebihi 1,984 (t-tabel). Ini menunjukkan bahwa Jaringan Usaha memiliki pengaruh positif dan berkelanjutan terhadap Pengembangan Usaha.
- b. Koefisien Parameter Jaringan Usaha juga berpengaruh positif dan berkelanjutan terhadap Keberhasilan UMKM, dengan jumlah koefisien parameter 0,217. Nilai signifikansi adalah 0,024, lebih kecil dari 0,050, dan jumlah T statistik adalah 2,257, melebihi 1,984 (t-tabel). Ini menandakan bahwa Jaringan Usaha memiliki pengaruh positif dan berkelanjutan terhadap Keberhasilan UMKM.
- c. Koefisien Parameter Harga mempengaruhi Pengembangan Usaha secara positif dan berkelanjutan, dengan jumlah koefisien parameter 0,467. Nilai signifikansi adalah 0,000, lebih rendah dari 0,050, dan jumlah T statistik adalah 6,335, melebihi 1,984 (t-tabel). Ini membuktikan bahwa Harga mempunyai pengaruh positif dan berkelanjutan terhadap Pengembangan Usaha.
- d. Koefisien Parameter Harga juga berpengaruh positif dan berkelanjutan terhadap Keberhasilan UMKM, dengan jumlah koefisien parameter 0,210. Nilai signifikansi adalah 0,017, lebih rendah dari 0,050, dan nilai T statistik adalah 2,379, melebihi 1,984 (t-tabel). Ini membuktikan bahwa Harga memiliki pengaruh positif dan berkelanjutan terhadap Keberhasilan UMKM.
- e. Koefisien Parameter Pengembangan Usaha mempengaruhi Keberhasilan UMKM secara positif dan berkelanjutan, dengan jumlah koefisien parameter 0,610. Jumlah signifikansi adalah 0,000, lebih rendah dari 0,050, dan jumlah T statistik adalah 5,013, melebihi 1,984 (t-tabel). Dengan ini membuktikan bahwa Pengembangan Usaha memiliki pengaruh positif dan berkelanjutan terhadap Keberhasilan UMKM.

Tabel 6. Uji *Indirect Effect*

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEVI)	P Value
Jaringan Usaha ->Pengembangan Usaha->Keberhasilan UMKM	0,287	0,282	0,075	3,843	0,000
Harga->Pengembangan Usaha->Keberhasilan UMKM	0,285	0,285	0,076	3,761	0,000

Dari hasil menunjukan bahwa nilai *indirect effect* dapat ditarik beberapa kesimpulan :

- a. Pengaruh Jaringan Usaha melalui Pengembangan Usaha terhadap Keberhasilan UMKM, dengan koefisien parameter 0,287, memiliki jumlah T Statistik 3,843, dan jumlah signifikansi 0,000, lebih rendah dari tingkat alpha 0,05. Dari hasil ini, dapat dirangkum Jaringan Usaha melalui Pengembangan Usaha berpengaruh positif dan berkelanjutan terhadap Keberhasilan UMKM. Artinya, Pengembangan Usaha bertindak sebagai mediator dari pengaruh Jaringan Usaha terhadap Keberhasilan UMKM. Ini menunjukkan bahwa Jaringan Usaha melalui Pengembangan Usaha memiliki dampak positif dan berkelanjutan terhadap Keberhasilan UMKM.
- b. Pengaruh Harga melalui Pengembangan Usaha terhadap Keberhasilan UMKM, dengan koefisien parameter 0,285, memiliki nilai T Statistik 3,761, dan jumlah signifikansi 0,000, lebih rendah dari tingkat alpha 0,05. Dengan demikian, dapat dirangkum Harga melalui Pengembangan Usaha memiliki pengaruh positif dan berkelanjutan terhadap Keberhasilan UMKM. Pengembangan Usaha berperan sebagai mediator dari pengaruh Harga terhadap Keberhasilan UMKM. Ini menunjukkan bahwa Harga melalui Pengembangan Usaha memiliki dampak positif danberkelanjutan terhadap Keberhasilan UMKM.

Hasil Uji Ketepatan Model

Uji Ketepatan Model (*R-Square*) berguna sebagai mengenal perolehan persentase dari variasi pada variabel dependen yang dapat dibahas oleh variabel independen dalam model pengukuran ketepatan, seperti yang dijelaskan oleh Budiman et al. (2020).

Tabel 7. Ketepatan Model

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Keberhasilan UMKM (Y)	0,732	0,723
Pengembangan Usaha (Z)	0,598	0,589

Hasil analisis menggunakan metode bootstrapping membuktikan bahwa jumlah R-Square untuk variabel Keberhasilan UMKM adalah 0,732, yang mengindikasikan bahwa 73,2% dari variabilitas Keberhasilan UMKM dapat dijelaskan oleh variabel jaringan usaha, harga, dan pengembangan usaha dalam model tersebut. Sementara itu, variabel Pengembangan Usaha memiliki jumlah R-Square sebesar 0,598, menunjukkan bahwa variabilitas yang terjadi dapat dibahas oleh variabel tersebut. Pengembangan Usaha yang dapat dijelaskan oleh jaringan usaha, harga dalam model sebesar 59,8%.

Pengaruh Jaringan Usaha Terhadap Pengembangan Usaha

Dari pandangan uji hipotesis membuktikan bahwa variabel Jaringan Usaha (X1) mempunyai pengaruh yang positif dan berkelanjutan terhadap variabel Pengembangan Usaha (Z), dengan jumlah sampel asli 0,470 pada sampel asli, yang menunjukkan arah hubungan positif antara Jaringan Usaha dan Pengembangan Usaha. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, nilai P Value sebesar $0,000 < 0,050$, dan jumlah T statistik sebesar $5,296 > 1,96$ t-tabel. Oleh karena itu, hipotesis pertama dari observasi ini dapat diterima. Ini mengindikasikan bahwa peningkatan tingkat Jaringan Usaha berpotensi meningkatkan Pengembangan Usaha. Analisis menunjukkan bahwa pemilik usaha dengan tingkat Jaringan Usaha yang tinggi cenderung memiliki Pengembangan Usaha yang lebih baik, karena mereka memiliki ide untuk inovasi atau ekspansi usaha. Ini mendorong mereka untuk memperluas jaringan usaha. Observasi ini searah dengan penelitian oleh MD Alkachvi (2019), yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat jaringan usaha, semakin besar pengaruhnya terhadap Pengembangan Usaha. Observasi ini juga konsisten dengan hasil observasi dari pandangan Nala Tri Kusuma (2018) dan Wiranawata (2019), yang menemukan Jaringan Usaha memiliki pengaruh positif dan berkelanjutan terhadap Pengembangan Usaha.

Pengaruh Jaringan Usaha Terhadap Keberhasilan UMKM

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa terdapat bukti bahwa variabel Jaringan Usaha (X1) mempunyai dampak yang positif dan berkelanjutan terhadap variabel Keberhasilan UMKM (Y), dengan koefisien sampel asli sebesar 0,217. pada sampel asli, menunjukkan arah hubungan positif antara Jaringan Usaha dan Keberhasilan UMKM. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, nilai P Value adalah $0,024 < 0,050$, dan jumlah T statistik adalah $2,257 > 1,96$ t-tabel. Dengan demikian, hipotesis kedua dari observasi ini dapat diterima. Ini mengartikan bahwa semakin baik Jaringan Usaha, semakin baik pula Keberhasilan UMKM. Analisis menunjukkan bahwa pemilik usaha UMKM di Kabupaten Buleleng dengan tingkat Jaringan Usaha yang tinggi memiliki Keberhasilan UMKM yang baik, karena mereka mampu mengembangkan ide produk baru yang dapat menarik konsumen dan meningkatkan pendapatan jangka panjang untuk mendapatkan keuntungan. Observasi ini searah dengan penelitian oleh Lestari (2019), yang mengindikasikan bahwa peningkatan Jaringan Usaha dapat meningkatkan Keberhasilan UMKM.

Pengaruh Harga Terhadap Pengembangan Usaha

Dari pandangan uji hipotesis, terbukti variabel Harga (X₂) mempunyai dampak yang positif dan berkelanjutan terhadap variabel Pengembangan Usaha (Z), dengan koefisien sampel asli sebesar 0,467 pada sampel asli, menunjukkan arah hubungan positif antara Harga dan Pengembangan Usaha. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, nilai P Value adalah $0,000 < 0,050$, dan jumlah T statistik adalah $6,335 > 1,96$ t-tabel. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dari observasi ini dapat diterima. Ini berarti bahwa semakin tinggi Harga, semakin rendah Pengembangan Usaha, dan sebaliknya. Hubungan antara harga dan pengembangan usaha adalah bahwa harga memengaruhi keputusan dalam melakukan pembelian, di mana semakin tinggi harga, semakin rendah pengembangan usaha, dan sebaliknya. Analisis menunjukkan bahwa tingkat Harga di Kabupaten Buleleng tergolong baik, yang mengindikasikan bahwa pemilik usaha memiliki Pengembangan Usaha yang baik. Temuan ini searah dengan observasi pandangan dari Made Fajar Fernando (2018) tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi terhadap Pengembangan Usaha Produk Sanitary Ware Toto di Kota Denpasar, yang menunjukkan harga memiliki pengaruh positif terhadap pengembangan usaha. Harga dianggap memiliki pengaruh yang berkelanjutan terhadap pengembangan usaha, dan setiap pengembangan usaha membutuhkan kerja sama lebih lanjut baik secara internal maupun eksternal untuk memperoleh harga yang setara.

Pengaruh Harga Terhadap Keberhasilan UMKM

Berdasarkan hasil uji hipotesis, ditemukan bahwa variabel Harga (X₂) memiliki efek yang positif dan berkelanjutan terhadap variabel Keberhasilan UMKM (Y), dengan jumlah sampel asli 0,210 pada sampel asli, menunjukkan arah hubungan positif antara Harga dan Keberhasilan UMKM. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, nilai P Value adalah $0,017 < 0,050$, dan jumlah T statistik adalah $2,379 > 1,96$ t-tabel. Dengan demikian, hipotesis keempat dari observasi ini dapat diterima. Ini menyiratkan kenaikan harga dapat mengakibatkan penurunan keberhasilan UMKM, dan sebaliknya, penurunan harga dapat meningkatkan tingkat keberhasilan UMKM. Analisis menunjukkan bahwa harga mendorong pemilik usaha untuk terus berkeaktifitas dalam mengatasi tantangan yang dihadapi saat merintis, serta mengembangkan daya tarik pembeli untuk memenuhi kebutuhan di usaha tersebut. Temuan ini konsisten dengan observasi yang dilakukan oleh Kevin Alberto (2019) mengenai Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi terhadap Keberhasilan Usaha, yang menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif secara parsial terhadap keberhasilan UMKM di Sambal Bu Rudy. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa penurunan harga dapat meningkatkan keberhasilan UMKM, dan penelitian ini menegaskan bahwa harga memiliki pengaruh yang berkelanjutan terhadap keberhasilan usaha.

Pengaruh Pengembangan Usaha Terhadap Keberhasilan UMKM

Dari uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel Pengembangan Usaha (Z) memiliki dampak positif dan berkelanjutan terhadap variabel Keberhasilan UMKM (Y), dengan nilai sampel asli 0,610 pada sampel asli, menunjukkan arah hubungan positif antara Pengembangan Usaha dan Keberhasilan UMKM. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, nilai P Value adalah $0,000 < 0,050$, dan jumlah T statistik adalah $5,013 > 1,96$ t-tabel. Dengan demikian, hipotesis kelima dari penelitian ini dapat diterima. Ini menyiratkan bahwa semakin baik Pengembangan Usaha, semakin baik pula Keberhasilan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat Pengembangan Usaha masuk kedalam kelompok baik terhadap Keberhasilan UMKM, yang terlihat dari tingginya tingkat revalitas antar pelaku usaha dalam meningkatkan profit. Pengaruh pengembangan usaha terhadap keberhasilan UMKM telah didukung oleh beberapa peneliti, seperti yang dilaporkan oleh Andi Miftahul Janna Habil (2018) yang berjudul Pengaruh Pengembangan dan Keberhasilan Usaha Mikro Terhadap Pelaku Usaha Mikro dari Aspek Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Kecamatan Malili, Kabupaten Luwu Timur), yang menunjukkan bahwa pengembangan usaha memiliki dampak yang berkelanjutan terhadap keberhasilan UMKM, menunjukkan bahwa semakin tinggi dan semakin baik pengembangan usaha, semakin tinggi pula tingkat keberhasilan UMKM oleh para pelaku UMKM.

Pengaruh Jaringan Usaha melalui Pengembangan Usaha terhadap Keberhasilan UMKM

Dari pandangan uji hipotesis terkait dengan pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa variabel Jaringan Usaha (X1) melalui variabel Pengembangan Usaha (Z) memiliki dampak positif dan berkelanjutan terhadap variabel Keberhasilan UMKM (Y), dengan koefisien sampel asli 0,287 pada sampel asli, menunjukkan arah hubungan positif antara Jaringan Usaha melalui Pengembangan Usaha dan Keberhasilan UMKM. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, nilai P Value adalah $0,000 < 0,050$, dan jumlah T statistik adalah $3,843 > 1,96$ t-tabel. Dengan demikian, hipotesis keenam dari observasi ini dapat diterima. Ini mengindikasikan bahwa Jaringan Usaha di Kabupaten Buleleng memiliki dampak terhadap Pengembangan Usaha dan pada gilirannya memiliki pengaruh juga terhadap Keberhasilan UMKM. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian dari Giawa & Pasaribu (2021), menyimpulkan bahwa Jaringan Usaha memiliki kontribusi yang positif dan berkelanjutan terhadap Pengembangan Usaha. yang berdampak pada Keberhasilan UMKM. Kesimpulannya, jaringan usaha memiliki peran penting dalam meningkatkan pengembangan usaha, semakin luas jaringan usaha, semakin meningkat perkembangan bisnisnya, dan hal ini menjadi dorongan untuk menciptakan keberhasilan UMKM.

Pengaruh Harga melalui Pengembangan Usaha terhadap Keberhasilan UMKM

Dari pandangan uji hipotesis tentang pengaruh tidak langsung, ditemukan bahwa variabel Harga (X2) melalui variabel Pengembangan Usaha (Z) berdampak positif dan berkelanjutan terhadap variabel Keberhasilan UMKM (Y), dengan koefisien sampel asli 0,285. Hal memperlihatkan terhadap hubungan positif antara Harga melalui Pengembangan Usaha dan Keberhasilan UMKM. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, jumlah P Value adalah $0,000 < 0,050$, dan nilai T statistik adalah $3,761 > 1,96$ t-tabel. Oleh karena itu, hipotesis ketujuh dari observasi ini dapat diterima. Hasil ini memopong teori dari pandangan Kotler & Keller (2019), yang mengatakan harga berperan secara positif dan berkelanjutan terhadap keberhasilan UMKM melalui pengembangan usaha. Keberhasilan UMKM dapat tercapai ketika terdapat keselarasan antara harga dengan pengembangan usaha yang dilakukan oleh para pelaku usaha.

SIMPULAN

Dalam penelitian ini, disimpulkan bahwa Jaringan Usaha, Harga, dan Pengembangan Usaha secara positif dan signifikan memengaruhi Keberhasilan UMKM. Selain itu, Jaringan Usaha juga berpengaruh positif dan berkelanjutan terhadap Pengembangan Usaha, sementara Harga juga memiliki pengaruh yang sama terhadap Pengembangan Usaha. Lebih lanjut, Jaringan Usaha melalui Pengembangan Usaha dan Harga melalui Pengembangan Usaha juga memiliki nilai positif dan signifikan terhadap Keberhasilan UMKM.

DAFTAR RUJUKAN

- Alberto, Kevin, (2019). Pengaruh Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada UKM Dina Kelurahan Ntobo. Target: Jurnal Manajemen Bisnis, 3(1), 79–90. <https://doi.org/10.30812/target.v3i1.1175>.
- Fernando, Made Fajar, Ni Made Asti Aksari (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol , No.1,441-469.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Kotler, P., & Armstrong, G (2019). Principles of Marketing Global Edition 17th Edition.London: Pearson Education.
- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. (2019). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” di Kota Serang. Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi, 4(3), 1. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i3.1252>
- Lestari, I., Astuti, M., Ridwan, H., Ekonomi, F., Pembangunan, U., & Veteran, N. (2019). Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner. 4(1), 111–118.

- MD Alkachvi. (2019). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi produk terhadap Keberhasilan Usaha (Survey pada Pengusaha Sentra Sangkar Burung Sukahaji Bandung)". *Elibrary.Unikom*, 3(4), 12–69.
- Nala Tri Kusuma. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Di Provinsi Yogyakarta. *Journal of Materials Processing Technology*, 1(1), 1–8. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252><http://dx.doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252>
- Purba, M. E (2019). Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Pengaruhnya Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada UMKM Tenun Gedogan Kota Bima). *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 8(4), 407–418. <https://doi.org/10.29303/jmm.v8i4.474>.