



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 3 Tahun 2023 Page 1392-1403

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Peran Pemerintah, *Networking*, Dan Inovasi Produk Terhadap Tingkat Penjualan (Studi Kasus Umkm Kripik Tempe Daerah Padang Bintungan, Blok D, Sitiung 1)

Bima Adi Prayoga<sup>1✉</sup>, Yesi Gusteti<sup>2</sup>, Mayroza Wiska<sup>3</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Ekonomi Bisnis, Universitas Dharmas  
Indonesia

Email: [bimaady06@gmail.com](mailto:bimaady06@gmail.com)<sup>1✉</sup>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Peran Pemerintah, *Networking* dan Inovasi Produk Terhadap Tingkat Penjualan (studi kasus UMKM Kripik Tempe Daerah Padang Bintungan, Blok D, Sitiung 1). Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan prosedur penelitian seperti pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Informan pada penelitian ini adalah pemilik usaha UMKM kripik tempe daerah padang Bintungan, Blok D Sitiung 1. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu wawancara dengan teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif. Hasil penelitian menunjukkan variabel peran pemerintah, *networking* dan inovasi dapat membantu memberikan pengaruh terhadap tingkat penjualan pada UMKM kripik tempe yang ada di daerah Padang Bintungan Blok D Sitiung 1. Berdasarkan observasi dan hasil wawancara yang dilakukan memberikan peningkatan yang baik dalam penjualan UMKM kripik tempe terutama kripik tempe matahari, kripik tempe mata najwa dan kripik tempe tiga bersaudara.

Kata Kunci : *Peran Pemerintah, Networking, Inovasi, Tingkat Penjualan, UMKM Kripik Tempe.*

## Abstract

This study aims to analyze the Role of Government, Networking and Product Innovation on Sales Level (case study of MSMEs Kripik Tempe Padang Bintungan Area, Block D, Sitiung 1). This study uses qualitative research using research procedures such as data collection, data reduction, data presentation and conclusions. The informant in this study is the owner of a tempeh chip MSME business in the Bintungan padang area, Block D Sitiung 1. The data collection technique used by researchers is an interview with data analysis techniques using an interactive analysis model. The results showed that the variables of the role of government, networking and innovation can help influence the level of sales in tempeh chip MSMEs in the Padang Bintungan Block D Sitiung 1 area. Based on observations and the results of interviews conducted provided a good increase in MSME sales of tempeh chips, especially sun tempeh chips, mata najwa tempeh chips and three brothers tempeh chips.

Keywords: *The Role of Government, Networking, Innovation, Sales Level, MSMEs Tempeh Chips.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan zaman saat ini menyebabkan persaingan dalam dunia bisnis semakin kuat. Bisnis secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang dilakukan terus menerus untuk memperoleh laba. Keberadaan bisnis dewasa ini banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, informasi, komunikasi dan perubahan pasar yang sudah mengglobal.

Hal ini merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku bisnis atau perusahaan yang ingin bertahan dan mapu menghadapi segala tantangan tersebut. Menghadapi dinamika dunia usaha yang usaha yang penuh dengan persaingan dan untuk menyeimbangkan dengan para pesaing yang ada, serta untuk dapat lebih unggul diantara pesaing maka perusahaan harus dapat lebih mengaktifkan seluruh kegiatan yang meliputi kegiatan produksi, personalia, finansial, pemasaran dan administrasi. (Penjualan, Indrako, and Gusrizaldi 2016)

UMKM memiliki peranan penting dalam setiap negara berkembang, begitu juga dengan Indonesia. UMKM mempunyai peranan yang strategis dalam pembangunan Indonesia terutama kontribusinya terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB), dan memiliki peran dalam segala bidang contohnya, dalam bidang ekonomi dan bidang sosial. UMKM berfungsi sebagai pertumbuhan ekonomi nasional serta perannya terhadap penyerapan tenaga. Usaha Kecil dan Menengah merupakan salah satu penopang perekonomian bangsa dan juga menjadi salah satu sumber penghasilan Negara melalui pajak yang dibayar. (Bu and Chandra n.d.)

Upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menciptakan, meningkatkan,

mengembangkan, dan menyempurnakan produk disebut dengan inovasi produk. Melakukan inovasi produk merupakan hal yang perlu dilakukan setiap yang memiliki usaha, dengan begitu usaha yang dijalankan mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Bertindak cepat dan proaktif bukanlah satu-satunya kunci kemajuan bisnis. Dimana inovasi dapat meningkatkan nilai tambah dari suatu produk yang sudah ada. Inovasi juga dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi konsumen dalam memilih produk, selain itu juga dapat memberikan solusi bagi perusahaan guna meningkatkan penjualannya. Kunci dari inovasi adalah sumber daya manusia yang menggerakkan perusahaan tersebut. Perusahaan membutuhkan sumber daya manusia yang terus menerus mampu berkreaitifitas untuk menciptakan produk baru dan meningkatkan kualitas produk. Inovasi produk yang dilakukan oleh usaha keripik tempe Matahari salah satunya, memiliki kemasan yang bagus dan modern, sehingga dapat menambah daya tarik tersendiri kepada konsumen. Tidak hanya itu keripik tempe Matahari juga memiliki produk-produk lain seperti keripik pisang, ikan asin, peyek kacang dan onde-onde yang membuat masyarakat penasaran dan tertarik untuk membelinya. Jadi keripik tempe Matahari tidak terfokus pada satu produk saja untuk menarik konsumen untuk membeli produknya tersebut. Pada usaha keripik tempe merek Mata Najwa melakukan inovasi produk yaitu berupa renginang yang membuat orang penasaran dan ingin mencobanya. Sedangkan pada keripik tempe merek Tiga Bersaudara hanya berfokus pada keripik tempe saja.

Faktor yang mempengaruhi berkembangnya UMKM ada banyak sekali, salah satunya peranan pemerintah. Peranan pemerintah itu sendiri secara tidak langsung akan membantu para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya. Dengan adanya peranan pemerintah pelaku UMKM bisa bersaing dengan pelaku UMKM lainnya, khususnya pada UMKM di daerah Dharmasraya. Salah satu usaha yang melibatkan peranan pemerintah pada usahanya yaitu kripik tempe Matahari yang bertepatan di Padang Bintungan, Blok D sitiung 1, Kabupaten Dharmasraya, Sumatra Barat. Pada tahun 2000 usaha kripik tempe Matahari sudah mendapatkan bantuan dari pemerintah setempat hingga saat ini. Peranan pemerintah pada usaha kripik tempe Matahari membuat UMKM ini lebih baik dan berkembang pesat hingga produk bisa terjual di daerah Dharmasraya bahkan sampai ke luar Dharmasraya hingga ke Kalimantan. Mendapat bantuan dari Dinas Koperindag seperti mesin pemecah kedelai, mesin untuk pengemas keripik tempe, plastik, kardus dan stiker membantu UMKM keripik tempe Matahari dalam mendapatkan identitas atas usahanya sendiri agar mudah dikenal masyarakat luas. Tahun 2017, Bupati Dharmasraya, Sutan Riska mendatangi usaha keripik tempe Matahari sebagaimana yang dimuat di portal berita online dan dijadikan keripik tempe Matahari sebagai oleh-oleh khas Dharmasraya. Tidak haya itu

keripik tempe Matahari juga telah mempunyai label halal pada tahun 2015 dan juga telah terdaftar didinkes pada tahun 2017-2022 dan mendapatkan nomer P-IRT (produk industri rumah tangga) atau sertifikat perizinan bagi industri yang memproduksi makanan dan minuman dengan skala rumahan. Namun demikian produksi skala rumahan ini tetap menempelkan label pada kemasan produknya, yang pada label ini terdaftar nomer indikasi bahwa produk makanan terdaftar pada dinas kesehatan area dimana makanan diproduksi. Ini berarti P-IRT adalah tanda bahwa produksi makanan layak untuk dijual. Berdasarkan informasi atau perkembangan dan hasil yang telah dicapai oleh keripik tempe Matahari terlihat bahwa perkembangan konsumen keripik tempe Matahari semakin hari semakin kuat dan terlihat bahwasannya keripik tempe Matahari sebagai salah satu UMKM unggulan Dharmasraya. Pada keripik tempe merek Mata Najwa belum mendapatkan bantuan dari pemerintah sehingga membeli alat menggunakan modal sendiri dan tidak hanya itu keripik tempe merek Mata Najwa sudah mendapatkan label halal dan juga telah terdaftar didinkes dan sudah mendapatkan nomer P-IRT pada tahun 2022. Sedangkan pada keripik tempe merek Tiga Bersaudara sudah mendapatkan bantuan dari pemerintah berupa alat pemecah kedelai dan juga mesin pengemas dan tidak hanya itu keripik tempe merek Tiga Bersaudara juga sudah mendapatkan label halal dan juga telah terdaftar didinkes dan sudah mendapatkan nomer P-IRT.

Dapat kita ketahui bahwa Dharmasraya memiliki banyak sekali UMKM yang tersebar. Salah satu UMKM yang terkenal dan banyak peminatnya yaitu kripik tempe yang terdapat di desa Padang Bintungan stiung 1, bukan hanya satu usaha keripik tempe saja tetapi banyak usaha kripik tempe lainnya didesa ini, dan kripik tempe tetap menjadi makanan khas dari Dharmasraya yang paling banyak dicari. Keripik tempe mempunyai rasa yang gurih dan renyah sehingga banyak digemari masyarakat khususnya Padang Bintugan, Blok D, Sitiung 1. Dengan mempertahankan cinta rasa yang khas dan memanfaatkan peluang yang ada, maka kripik tempe yang bertempat di Padang Bintugan, Blok D, Sitiung 1, bertahan dan menjadi makanan khas Dharmasraya yang cocok dijadikan oleh-oleh yang tepat untuk keluarga.

Jaringan pemasaran pada UMKM sangatlah luas, banyak sekali cara yang bisa dilakukan untuk membuat usaha berkembang. Pada usaha kripik tempe Matahari, awalnya melakukan pemasaran dengan cara pemberitahuan dari mulut ke mulut oleh masyarakat sekitar yang membeli kripik tempe Matahari. Semakin berkembang teknologi, pelaku UMKM keripik tempe Matahari memperluas jaringan pemasaran dengan melibatkan jaringan offline maupun online. Membuka transaksi online dapat menjadi salah satu cara utama untuk mengembangkan bisnis yang sudah ada sebelumnya. Media sosial merupakan hal yang paling tepat untuk memperluas jaringan pemasaran pada kripik tempe Matahari seperti

Facebook, Instagram. Tidak hanya itu pemilik juga memasukan nomer telepon yang tertera pada kardus atau bungkus dan juga terdapat pada sepanduk keripik tempe merek Matahari tersebut. Jadi apabila ada yang ingin memesan keripik tempe Matahari konsumen bisa langsung menghubungi nomer pemilik yang telah tertera pada bungkus keripik tempe Matahari tersebut ataupun bisa mendatangi tempatnya langsung. Pada keripik tempe merek Mata Najwa ini melakukan pemasaran dengan cara menitipkannya pada warung-warung yang berada daerah Padang Bintungan Blok D ataupun di luar Blok D. Pada keripik tempe merek Tiga Bersaudara ini melakukan pemasaran dengan cara pemiliknya sendiri yang menjual dan menawarkan langsung produknya dipasar-pasar.

Selain itu, penjualan merupakan syarat mutlak keberlangsungan suatu usaha, karena dengan penjualan maka akan didapatkan keuntungan. Semakin tinggi penjualan maka keuntungan yang akan didapatpun akan semakin maksimal. Untuk mencapai tujuan ini maka sangat diperlukan usaha-usaha agar konsumen mempunyai daya tarik dan sifat loyal dalam berbelanja disuatu unit usaha. Suatu perusahaan tidak akan berkembang apa bila tidak mampu menjual produk yang dihasilkan, sebaliknya suatu perusahaan mampu untuk terus meningkatkan penjualan maka perusahaan tersebut akan mampu untuk eksis dalam persaingan usaha. Berikut ini adalah laporan penjualan keripik tempe tahun 2022

Tabel 1  
Laporan Penjualan 2022

No	Nama Toko	Penjualan Produk Tahun 2022
1.	Matahari	108.000 Bungkus
2.	Tiga Bersaudara	50.916 Bungkus
3.	Mata Najwa	57.660 Bungkus

*Sumber : Industri Rumahan Keripik Tempe di Blok D, (2022).*

Seperti yang terlihat pada tabel diatas bahwa selera konsumen tidak mudah berubah terhadap produk apalagi keripik tempe. Dimana dapat kita lihat dari banyaknya jumlah keripik tempe yang terjual pada tahun 2022 bahwa yang habis terjual pada keripik tempe merek Matahari di bandingkan dengan keripik tempe merek lainnya. Konsumen lebih tertarik pada produk keripik tempe Matahari, yang mana selera konsumen terhadap barang tinggi maka akan meningkatkan konsumen dalam pembelian dan masyarakat akan melakukan keputusan pembelian karena selera nya sudah terpenuhi dan merasa puas terhadap produk tersebut.

Bahwa saat ini keripik tempe yang bertempat di Padang Bintungan, Blok D, Sitiung 1, tidak hanya satu merek saja, diantaranya yaitu Keripik tempe merek Matahari, keripik tempe merek Mata Najwa dan juga keripik tempe merek Tiga Bersaudara yang semuanya

memiliki rasa gurih dan renyah sehingga masyarakat bingung memilih produk yang ingin dibelinya.

Penelitian ini dilakukan pada UMKM keripik tempe yang bertempat di Padang Bintungan Sitiung 1 Blok D, Kabupaten Dharmasraya. Usaha keripik tempe sudah berjalan sejak bertahun-tahun lamanya sampai saat ini. Alasan memilih penelitian ini karena keripik tempe yang bertepatan di Padang, Bintungan, Blok D, Sitiung 1 adalah keripik tempe unggulan atau keripik tempe yang paling banyak dijadikan oleh-oleh khas dari Dharmasraya. Dan juga sudah melegenda dari tahun ke tahun dan masih bisa bersaing dengan usaha lainnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "ANALISIS PERAN PEMERINTAH, NETWORKING, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP TINGKAT PENJUALAN KERIPIK TEMPE DAERAH PADANG BINTUGAN, BLOK D SITIUNG 1"

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Berdasarkan Sugiyono (2014) menyatakan bahwa penelitian kualitatif dengan menggunakan prosedur penelitian yaitu pengumpulan data, reduks data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Penelitian kualitatif adalah memahami fenomena apa yang di alami subjek penelitian dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Perolehan data di dapat dari wawancara mendalam, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen. Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh secara langsung dari pemilik Keripik Tempe Matahari, Keripik Tempe Tiga Bersaudara, dan Keripik Tempe Mata Najwa. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan tinjauan literatur. Pada saat penelitian, teknik analisis yang digunakan adalah model Analisis Interaktif. Di dalam model ini terdapat tiga komponen yang terdiri dari reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Menarik Kesimpulan Wawancara

#### 1. Keterkaitan Peran Pemerintah Terhadap Tingkat Penjualan

Berdasarkan penelitian yang sudah saya lakukan pada usaha keripik tempe Matahari peran yang dilakukan pemerintah pada usah keripik tempe Matahari sangatlah membantu dan mempermudah dalam pembuatan keripik tempe sehingga jika produksi yang dihasilkan banyak maka tingkat penjualan akan bertambah.

Berdasarkan penelitian yang sudah saya lakukan pada usaha keripik tempe Tiga Bersaudara peran yang dilakukan pemerintah pada usah keripik tempe Tiga Bersaudara membantu dalam memproduksi produk dan belum berdampak apa-apa terhadap tingkat penjualan produk.

## 2. Keterkaitan *Networking* Terhadap Tingkat Penjualan

Berdasarkan penelitian yang sudah saya lakukan pada usaha keripik tempe Matahari *networking* yang dilakukan pada usah keripik tempe Matahari yaitu menggunakan media social untuk mempermosikan dan menjual produknya sehingga banyak pelanggan yang terjangkau untuk membeli produknya.

Berdasarkan penelitian yang sudah saya lakukan pada usaha keripik tempe Tiga Bersaudara *networking* yang dilakukan pada usah keripik tempe Tiga Bersaudara yaitu menjual produknya langsung kepasar-pasar dan memberikan diskon untuk menarik pelanggan untuk membeli produknya.

Berdasarkan penelitian yang sudah saya lakukan pada usaha keripik tempe Mata Najwa *networking* yang dilakukan pada usah keripik tempe Mata Najwa yaitu dengan cara masuk kewarung-warung dan mempermosikan produknya dengan menggunakan media social dan membantu menjangkau pelanggan lebih banyak lagi.

## 3. Keterkaitan Inovasi Produk Terhadap Tingkat Penjualan

Berdasarkan penelitian yang sudah saya lakukan pada usaha keripik tempe Matahari, inovasi produk yang dilakukan pada usah keripik tempe Matahari yaitu dengan membuat produk baru untuk membantu menambah penghasilan dan membantu dalam meningkatkan penjualan produk.

Berdasarkan penelitian yang sudah saya lakukan pada usaha keripik tempe Tiga Bersaudara, inovasi produk yang dilakukan pada usah keripik tempe Tiga Bersaudara yaitu inovasi terhadap keripik tempe dengan menambah potongan daun jeruk, sehingga membuat pelanggan penasaran untuk membeli produknya.

Berdasarkan penelitian yang sudah saya lakukan pada usaha keripik tempe Mata Najwa, inovasi produk yang dilakukan pada usah keripik tempe Mata Najwa yaitu dengan membuat produk baru, sehingga dapat membantu menambah penghasilan dan meningkatkan penjualan produknya.

## B. Analisis Data

### 1. Keterkaitan Peran Pemerintah Terhadap Tingkat Penjualan

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 3 (tiga) orang informan diusaha keripik tempe daerah Padang Bintungan, Blok d, Sitiung 1. Dapat disimpulkan bahwa :

Bahwa didalam UMKM keripik tempe maupun UMKM lainnya peran pemerintah

itu sangat diperlukan karena dengan adanya peran yang dilakukan pemerintah dalam upaya membantu mengembangkan usaha dan peran pemerintah juga bisa membantu meringankan dan membantu menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi oleh usaha tersebut sehingga usaha tersebut bisa berjalan dengan baik dan benar.

Dalam peran yang sudah diberikan pemerintah terhadap UMKM keripik tempe sangatlah baik, salah satunya adalah bantuan mesin pemecah kedelai, setiker, dan karton, kepedulian pemerintah terhadap UMKM sangatlah tinggi dan upaya membantu mengembangkan usaha, sehingga upaya tersebut membantu dalam meningkatkan penjualan produk yang ingin dikembangkan.

Salah satu kewajiban yang harus dijalankan Pemerintah Daerah dalam pembangunan ekonomi yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakatnya. Oleh karena itu, diperlukannya usaha Pemerintah Daerah dalam hal meningkatkan kreatifitas serta inovasi masyarakat untuk dapat meningkatkan kualitas serta kesejahteraan masyarakat di daerahnya (Sumadi, 2021).

Melihat berbagai manfaat yang akan diberikan oleh UMKM terhadap daerah, maka peran Pemerintah Daerah dalam memberikan dorongan untuk mengembangkan UMKM ini merupakan suatu hal yang perlu dilakukan agar UMKM di daerah dapat semakin berkembang dan berkontribusi dengan baik. Pemerintah Daerah harus bertindak dan berkontribusi secara langsung dalam pengembangan UMKM (Budiyanto & Effendy, 2020).

Pada penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Murtiru 2016) menyatakan bahwa Pemerintah Daerah berperan dalam meningkatkan penjualan Batik Pring Sedapur di Desa Sidomukti, Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan yaitu baik di bidang permodalan, pelatihan, dan penjualan bahkan melalui kebijakan Peraturan Bupati Magetan.

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan di usaha keripik tempe daerah Padang Bintungan, Blok d, Sitiung 1, Peran yang dilakukan pemerintah dalam membantu dalam meningkatkan penjualan dengan memberikan bantuan berupa alat-alat yang dapat membantu dan mengembangkan usahanya.

## 2. Keterkaitan *Networking* Terhadap Tingkat Penjualan

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 3 (tiga) orang informan di usaha keripik tempe daerah Padang Bintungan, Blok d, Sitiung 1. Dapat disimpulkan bahwa :

*Networking* yang diterapkan pada usaha keripik tempe sudahlah sangat bagus, tetapi masih ada usaha yang masih belum bisa membaca dan belum mengikuti perkembangan zaman pada saat ini, kurangnya penggunaan media social dalam

memperomosisikan produk, padahal dizaman sekarang ini media social sangat diperlukan dalam menjual dan mempromosikan produk guna untuk meningkatkan penjualan.

*Networking* yang dilakukan pada usaha keripik tempe yang bertepatan di Padang Bintungan, Blok d, Sitiung 1, Dharmasraya, Sumatra Barat, dalam menjangkau pelanggan yaitu salah mengguakan sosmed untuk mempromosikan produknya, menitikannya diwarung-warung dan menjualnya dipasaran dengan meningkatkan penjualan.

Mwenurut (Aidil, Muhammad & Thamrin, 2020). Melakukan hubungan (*networking*) dengan relasi/mitra bisnis/pelanggan/konsumen, biasa dilakukan dengan kegiatan antar perusahaan kepada relasi/mitra bisnis/pelanggan/konsumen. jaringan pemasaran produk yang bagus dancakupannya luas sangat menolong suatu perseroan untuk menawarkan produknya bahkan hingga ke luar negeri sehingga akan mampu meningkatkan penjualan produk. Minimnya strategi pemasaran dalam hal *Networking* dapat menyebabkan penjualan dari produk karet tidak dapat meningkat.

Pada penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Harun dan Nur'ain Harahap 2022) *Networking* dapat membantu dan memberikan kemudahan dalam berinteraksi dengan rekan bisnis. PT Nusira membangun *networking* untuk memperluas jaringan bisnisnya agar dapat saling bertukar informasi dengan cepat dan update.

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan diusaha keripik tempe daerah Padang Bintungan, Blok d, Sitiung 1, *networking* dapat membantu dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan baik dan membantu dalam menjangkau konsumen dalam upaya meningkatkan penjualan.

### 3. Keterkaitan Inovasi Produk Terhadap Tingkat Penjualan

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 3 (tiga) orang informan diusaha keripik tempe daerah Padang Bintungan, Blok d, Sitiung 1. Dapat disimpulkan bahwa :

Inovasi produk yang dilakukan UMKM keripik tempe daerah Padang Bintungan, Blok d, Sitiung 1, bermacam-macam, dari cita rasa yang berbeda dengan usaha yang lain, merupakan salah satu cara UMKM tersebut mengembangkan usahanya. Selain itu inovasi produk yang dilakukan UMKM keripik tempe yaitu dengan pengembangan produk baru yang diinginkan pelanggan untuk membeli produk tersebut dengan tujuan menambah penghasilan dan menambah penjualan produk.

Menurut Myers & Marquis dalam Kotler inovasi produk adalah hasil dari berbagai macam proses yang digabungkan dan saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Dengan dilakukannya inovasi produk, diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Menurut Roge dan Soemaker dalam Kotler, inovasi produk merupakan suatu ide

baru yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya, inovasi dalam hal ini harus dibedakan dengan penemuan, penemuan merupakan konsep dari suatu ide.

Pada penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Rahayu 2021) yang telah menemukan inovasi produk untuk bermanfaat untuk volume penjualan. Hal ini karena inovasi produk dapat meningkatkan nilai suatu produk, yang pada akhirnya dapat mengurangi keluhan konsumen dan mampu meningkatkan volume penjualan.

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan di usaha keripik tempe daerah Padang Bintungan, Blok d, Sitiung 1, inovasi produk dapat meningkatkan nilai suatu produk dan dapat meningkatkan daya jual suatu produk sehingga dapat meningkatkan penjualan.

#### 4. Keterkaitan Peran Pemerintah, *Networking*, Dan Inovasi Produk Terhadap Tingkat Penjualan

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 3 (tiga) orang informan di usaha keripik tempe daerah Padang Bintungan, Blok d, Sitiung 1. Dapat disimpulkan bahwa :

Peran yang dilakukan pemerintah cukup membantu UMKM salah satunya yaitu keripik tempe, tetapi masih ada yang belum memenuhi terhadap dampak yang telah diberikan pemerintah dalam upaya membantu mengembangkan dan meningkatkan penjualan produk. *Networking* adalah jaringan yang dijangkau untuk mendapatkan konsumen pada usaha keripik tempe sangatlah bagus salah satunya seperti promosi dan penjual melalui sosmed ataupun online, menitipkannya ke warung-warung dan menjualnya ke pasaran adalah salah satu upaya yang dilakukan UMKM untuk menjangkau pelanggan, serta guna untuk meningkatkan penjualan. Inovasi produk yang dilakukan dalam mengubah rasa untuk membedakan dengan usaha lain dengan menambahkan rasa seperti daun jeruk, tidak hanya itu inovasi yang dikembangkan, membuat produk baru adalah salah satu cara dalam mengembangkan usaha dan membantu meningkatkan penghasilan.

Keterkaitan variable peran pemerintah, *networking*, dan inovasi produk terhadap tingkat penjualan tidak ada satupun penelitian terdahulu yang sama judul penelitiannya dengan penulis. Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan keterkaitan variable peran pemerintah, *networking*, dan inovasi produk terhadap tingkat penjualan mempunyai pengaruh signifikan. hal ini terbukti dari peran yang dilakukan oleh pemerintah terhadap UMKM keripik tempe, *networking* yang telah dilakukan oleh UMKM tersebut dan inovasi-inovasi produk yang dikembangkan sehingga berpengaruh terhadap tingkat penjualan.

## SIMPULAN

Peran pemerintah dapat membantu memberikan pengaruh besar terhadap tingkat penjualan di UMKM keripik tempe daerah Padang Bintungan, Blok d, Sitiung 1, dilihat berdasarkan observasi dan hasil dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti serta analisis data yang dilakukan peneliti guna untuk memberikan suatu peningkatan yang baik bagi pemilik dan usahanya. *Networking* juga memberikan peningkatan yang baik terhadap tingkat penjualan UMKM keripik tempe daerah Padang Bintungan, Blok d, Sitiung 1, berdasarkan observasi dan hasil dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti serta analisis data yang dilakukan peneliti guna untuk memberikan suatu peningkatan yang baik bagi pemilik dan usahanya. Inovasi produk dapat membantu memberikan peningkatan dan pengaruh besar terhadap tingkat penjualan di UMKM keripik tempe daerah Padang Bintungan, Blok d, Sitiung 1, berdasarkan hasil dari wawancara peneliti terhadap pemilik keripik tempe daerah Padang Bintungan, Blok d, Sitiung 1, membuat usahanya terus berkembang dan mampu bersaing sehingga bisa membantu meningkatkan penjualan.

Pran pemerintah, *networking*, dan inovasi produk bisa memberikan peningkatan yang baik dalam peningkatan penjualan UMKM daerah Padang Bintungan, Blok d, Sitiung , dan membantu dalam pengembangan uaha, serta memaksimalkan penjualan guna meningkatkan penjualan UMKM keripik tempe daerah Padang Bintungan, Blok d, Sitiung 1, dengan adanya peran pemerintah, *networking*, dan inovasi produk di UMKM keripik tempe dapat membantu dalam mencapai tujuan yang diinginkan dengan baik dan benar, guna untuk meningkatkan penjualan produk. Inovasi produk juga memberikan perbedaan dari produk satu dengan yang lain dan setiap produk memiliki cita rasa yang berbeda-beda. *Networking* dapat membantu para usaha untuk menjangkau pelanggan dengan mudah dan memudahkan dalam memasarkan produk yang ingin dikembangkan guna untuk meningkatkan penjualan. Peran pemerintah sangat membantu UMKM dalam berkembang dan bersaing dan membantu dalam memudahkan pekerjaan sehingga dapat membantu usaha dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Airlangga, Perpustakaan Universitas. 2017. "Ir – Perpustakaan Universitas Airlangga."  
Batam, Wilayah. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Penjualan Mobil Toyota Yaris Di Wilayah Batam." 7(1).  
Bersaing, Keunggulan. 2022. "Pengaruh Market Orientation Dan *Networking* Terhadap Keunggulan Bersaing." 09(01): 1–7.  
Bu, Warung, and Filicia Chandra. "Analisis Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Terhadap

Tingkat." : 85–95.

Dewantara, Ki Hadjar, and Surakarta E-mail. "Qualitative Description as One Method in Performing Arts Study." (19): 173–79.

Ekonomi, Fakultas, Universitas Muslim, Nusantara Al, and Program Studi Manajemen. 2022. "PENGARUH NETWORKING DAN TRUST TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN KARET REMAH PADA PT . NUSIRA MEDAN." 1(1): 166–79.

Gaol, Masria Lumban, and Eni Duwita Sigalingging. 2022. "ANALISIS PENGARUH ENTREPRENEURIAL NETWORKING DAN PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI PEMODERASI." : 281–90.

Haji, Kiai et al. 2022. "ANALISIS PRAKTIK NETWORKING DALAM PENJUALAN BATIK ( SANGGAR ALAM BATIK ) DESA GUNTING KABUPATEN PASURUAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM DESEMBER 2022 ANALISIS PRAKTIK NETWORKING DALAM PENJUALAN BATIK ( SANGGAR ALAM BATIK ) DESA GUNTING."

Ibniwasum, L I A. 2020. "Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Di Sheren Hijab Bengkulu Skripsi."

Ii, B A B, and A Inovasi Produk. 2015. "LANDASAN TEORI."

———. "Agus Hermawan, Komunikasi Pemasaran,( Jakarta: Erlangga, 2012,). 36 15." : 15–29.

Iii, B A B, and Metode Penelitian. 2015. "BAB III METODE PENELITIAN 3.1." : 27–42.

"No Title." 2016.

———. 2020.

Pendidikan, Prodi, Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, and Fakultas Ekonomika. 2022. "Pengaruh Promosi Berbasis Wisata Edukasi Dan Inovasi Produk Batik Pecel Terhadap Volume Penjualan." 5(2).

Penjualan, Tingkat, D I Indrako, and Rogi Gusrizaldi. 2016. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TELUK KUANTAN." 2(2): 286–303.

Publik, Jurnal Kebijakan, Prodi Administrasi Publik, Dinas Koperasi, and Pemerintah Daerah. 2022. "PERAN PEMERINTAH DAERAH DALAM PENGEMBANGAN UMKM." 13(2): 137–43.

Ricky, Winny, Thomas Sumarsan, and Wily Julitawaty. 2019. "PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PT . AMORINDO MITRA SENTOSA MEDAN." 5(1).

Ud, Pada, and Abadi Mulya. 2017. "JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI BISNIS." 6(2): 38–49.

Volume, Meningkatkan, Penjualan Di, and UMKM Syrup. 2021. "No Title." 33.