

SKRIPSI

**PERAN INOVASI PRODUK DAN PLATFORM DIGITAL TERHADAP KINERJA
BISNIS WIRAUSAHA *BAKERY & CAKE* DI JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH

NAMA: ELVIANA VITALIA

NIM : 115210039

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2024

SKRIPSI

**PERAN INOVASI PRODUK DAN PLATFORM DIGITAL TERHADAP KINERJA
BISNIS WIRAUSAHA *BAKERY & CAKE* DI JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH

NAMA: ELVIANA VITALIA

NIM : 115210039

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2024

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Elviana Vitalia

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210039

Program Studi : Manajemen Bisnis

Alamat : Jl. Tomang Tinggi VI No. 48 RT/RW: 10/06

Telp. _____

HP. 087883842981

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta,



Elviana Vitalia

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : ELVIANA VITALIA
NIM : 115210039
PROGRAM/JURUSAN : S1/MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : Peran Inovasi Produk dan *Platform Digital* terhadap
Kinerja Bisnis Wirausaha *Bakery & Cake* di Jakarta

Jakarta, tanggal 15 November 2024

Pembimbing,



(Nur Hidayah, S.E., M.M.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : ELVIANA VITALIA
NIM : 115210039
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : Peran Inovasi Produk dan *Platform Digital*
terhadap Kinerja Bisnis Wirausaha *Bakery & Cake* di Jakarta

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 16 Desember 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : **CARUNIA MULYA FIRDAUSY, Ir.,
M.ADE., Ph.D., Prof.**
2. Anggota Penguji : YUSBARDINI, Dra., M.E.
NUR HIDAYAH, SE, M.M

Jakarta, 16 Desember 2024

Pembimbing,



(Nur Hidayah, S.E., M.M.)

ABSTRAK
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

(A) ELVIANA VITALIA (115210039)

(B) PERAN INOVASI PRODUK DAN *PLATFORM DIGITAL* TERHADAP KINERJA BISNIS KEWIRAUSAHAAN *BAKERY & CAKE* DI JAKARTA

(C) 86+ halaman , 23 tabel ;9 gambar ; 5 lampiran

(D) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

(E) Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran inovasi dan platform digital terhadap kinerja bisnis pada wirausaha bakery & cake di Jakarta. Populasi penelitian terdiri dari para wirausaha *bakery & cake* di wilayah Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 75 responden yang merupakan pemilik usaha *bakery & cake* di Jakarta. Pengolahan data dilakukan menggunakan *software SmartPLS* versi 4.1.0.8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis *bakery & cake*, demikian pula *platform digital* yang juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

(F) Daftar Pustaka 39

(G) NUR HIDAYAH SE, M.M

ABSTRACT
TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICs AND BUSINESS
JAKARTA

(A) *ELVIANA VITALIA (115210039)*

(B) *JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS*

(C) *86+ pages, 23tables ;9 pictures ;5 attachments*

(D) *ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT*

(E) *Abstract: This research aims to examine the role of innovation dan digital platforms on the business performance of bakery & cake entrepreneurs in Jakarta. The population in this study consists of bakery & cake entrepreneurs located in Jakarta city. The sampling method employed in this research is non-probability sampling using purposive sampling technique. The sample size used in this study is 75 respondents who are bakery & cake business owners in Jakarta city. The data was processed using SmartPLS software version 4.1.0.8. The result of this study indicate that product innovation has a positive and significant effect on bakery & cake business performance, and digital platform have a positive and significant effect on bakery & cake business performance.*

(F) *REFERENCES 39*

(G) *NUR HIDAYAH SE, M.M*

HALAMAN MOTO

“Ketika kamu merasa kehilangan harapan dalam hidup ini, ingatlah bahwa Tuhan punya rencana yang lebih besar dari mimpimu.”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini Saya persembahkan untuk
Diri Saya, Orang Tua Saya, dan FEB UNTAR

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, hidayah, serta kerunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Peran Inovasi Produk dan *Platform Digital* terhadap Kinerja Bisnis Wirausaha *Bakery&Cake* di Jakarta” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan dukungan, baik secara moral maupun material. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Nur Hidayah, S.E, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta koreksi selama penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Prof.Dr. Sawidji Widoatmojo, S.E M.M., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Frangky Selamat, S.E, M.M., selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Segenap dosen dan asisten dosen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, yang telah bersedia memberikan pengetahuan dan pembelajaran selama perkuliahan berlangsung, dan kepada seluruh karyawan yang telah membantu penulis dalam segala hal selama berkuliah di Universitas Tarumanagara.
5. Orang tua yang selalu memberikan dukungan moral dan material, serta doa yang tiada henti.
6. Teman-teman dan rekan-rekan seperjuangan yang telah memberikan semangat, motivasi, dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi perbaikan dan penyempurnaan di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan, khususnya dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang kewirausahaan.

Jakarta, 10 Januari 2025

Penulis,

Elviana Vitalia

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	3
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	4
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	5
ABSTRAK.....	6
<i>ABSTRACT</i>.....	7
HALAMAN MOTO	8
HALAMAN PERSEMBAHAN	9
KATA PENGANTAR	10
DAFTAR ISI	12
DAFTAR TABEL	14
DAFTAR GAMBAR	15
DAFTAR LAMPIRAN	16
BAB I	17
PENDAHULUAN	17
A. Permasalahan.....	17
1. Latar Belakang Masalah	17
2. Identifikasi Masalah	20
3. Pembatasan Masalah	20
4. Rumusan Masalah	20
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	20
1. Tujuan Penelitian.....	20
2. Manfaat Penelitian.....	21
BAB II.....	22
LANDASAN TEORI.....	22
A. Gambaran Umum Teori.....	22
B. Definisi Konseptual Variabel	22
1. Inovasi Produk.....	23
2. Platform Digital	23
C. Kaitan Antar Variabel.....	25
D. Penelitian yang Relevan	27
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	28
BAB III	31
METODE PENELITIAN	31
A. Desain Penelitian	31
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	31
C. Operasional Variabel	32

1. Inovasi Produk.....	33
2. Platform Digital	33
3. Kinerja Bisnis	34
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	35
E. Analisis Data	39
F. Asumsi Analisis Data	42
BAB IV	45
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	45
A. Deskripsi Subjek Penelitian.....	45
B. Hasil Analisis Data	53
C. Pembahasan	56
BAB V	58
PENUTUP	58
1. Keterbatasan	58
2. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Definisi Konseptual Variabel Inovasi Produk	23
Tabel 2. 2 Definisi Konseptual Variabel <i>Platform Digital</i>	24
Tabel 2. 3 Definisi Konseptual Variabel Kinerja Bisnis	25
Tabel 2. 4 Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu (TABEL).....	27
Tabel 3. 1 TABEL OPERASIONAL VARIABEL <i>INOVASI PRODUK</i>	33
Tabel 3. 2 TABEL OPERASIONAL VARIABEL <i>PLATFORM DIGITAL</i>	33
Tabel 3. 3 TABEL OPERASIONAL VARIABEL <i>KINERJA BISNIS</i>	34
Tabel 3. 4 Hasil Analisis Validitas <i>Loading Factor</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 5 Hasil Analisis Validitas AVE	37
Tabel 3. 6 Hasil Analisis Reliabilitas.....	39
Tabel 3. 7 <i>Rule of Thumb Evaluation Outer Model</i>	40
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Lama Berwirausaha di Bidang <i>Bakery & Cake</i>	47
Tabel 4. 5 Data Responden Berdasarkan Wilayah Usaha	48
Tabel 4. 6 Data Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	49
Tabel 4. 7 Data Tanggapan Responden untuk Variabel Inovasi Produk	50
Tabel 4. 8 Data Tanggapan Responden untuk Variabel <i>Platform Digital</i>	51
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden untuk Variabel Kinerja Bisnis.....	52
Tabel 4. 10 <i>Output SmartPLS: Average Variance Extracted (AVE)</i>	54
Tabel 4. 11 <i>Output SmartPLS: f-square</i>	54
Tabel 4. 12 <i>Output SmartPLS: Path Coefficient, t Statistic, dan p-Value</i>	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia (2016-2023)	19
Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	29
Gambar 3. 1 Hasil Loading Factor	36
Gambar 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Gambar 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia	46
Gambar 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Gambar 4. 4 Data Responden Berdasarkan Lama Berwirausaha di <i>Bidang Bakery & Cake</i>	48
Gambar 4. 5 Data Responden Berdasarkan Wilayah Usaha	49
Gambar 4. 6 Data Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	64
Lampiran 2 : Hasil dari Profil Responden.....	69
Lampiran 3 : Hasil Tanggapan Responden	70
Lampiran 4 : <i>Output SmartPLS</i>	72
Lampiran 5 : Hasil <i>Loading Factor</i>	74

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah belum optimalnya penerapan inovasi produk dan pemanfaatan platform digital oleh wirausaha *bakery & cake* di Jakarta. Hal ini mengakibatkan kinerja bisnis, yang diukur melalui peningkatan penjualan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan, belum mencapai potensi maksimal. Meskipun inovasi produk dan digitalisasi terbukti penting, banyak wirausaha yang masih mengandalkan metode tradisional dan kurang memanfaatkan platform digital secara strategis. Selain itu, minimnya penelitian yang membahas sinergi antara inovasi produk dan platform digital menciptakan kesenjangan pengetahuan terkait upaya peningkatan kinerja bisnis di sektor ini.

1. Latar Belakang Masalah

Dalam era digital yang dinamis, wirausaha di industri *bakery & cake* di Jakarta menghadapi persaingan yang ketat. Terutama, dengan adanya tren globalisasi dan teknologi digital yang semakin berkembang, banyak bisnis yang beradaptasi dengan inovasi produk dan penggunaan *platform digital* untuk tetap bertahan di pasar. Namun, meskipun penggunaan inovasi produk dan *platform digital* dianggap sebagai strategi penting, para wirausaha di sektor ini masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan kinerja bisnis. Kinerja bisnis merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur kesuksesan suatu usaha dalam mencapai tujuan bisnis (Safitri & Handoyo, 2024). Khususnya dalam hal peningkatan penjualan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Salah satu faktor yang memengaruhi masalah ini adalah belum optimalnya penerapan inovasi produk dan pemanfaatan *platform digital*. Padahal, dalam era digital yang semakin maju, inovasi dan digitalisasi menjadi kunci penting bagi keberhasilan bisnis kecil dan menengah (UMKM). Namun, penelitian yang mendalam tentang peran inovasi produk dan *platform digital* terhadap kinerja bisnis, khususnya pada wirausaha *bakery & cake* di Jakarta, masih minim, menunjukkan adanya kesenjangan antara praktik bisnis yang seharusnya dan kenyataan di lapangan.

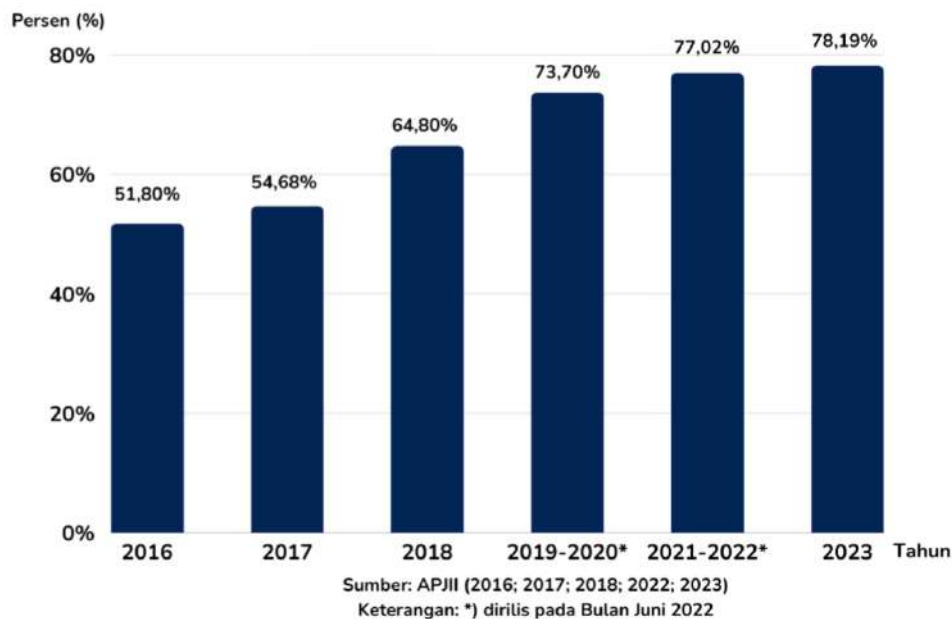
Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa inovasi produk secara signifikan dapat meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah (UMKM) melalui pengembangan produk yang memenuhi kebutuhan pasar. Di sisi lain, pemanfaatan platform digital terbukti mampu memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Namun,

penelitian terdahulu seringkali hanya berfokus pada salah satu variabel, tanpa mengeksplorasi sinergi antara inovasi produk dan platform digital dalam meningkatkan kinerja bisnis. Hal ini meninggalkan kesenjangan pengetahuan yang perlu diisi, terutama dalam konteks wirausaha bakery & cake di Jakarta. Penelitian ini memiliki keunikan karena tidak hanya fokus pada satu faktor, seperti inovasi produk saja, tetapi juga pada sinergi antara inovasi produk dan *platform digital* dalam konteks wirausaha *bakery & cake*. Penelitian terdahulu lebih sering memisahkan antara inovasi produk dan penggunaan teknologi digital, sementara penelitian ini menggabungkan keduanya untuk melihat pengaruh simultan terhadap kinerja bisnis. Hal ini relevan mengingat semakin banyak wirausaha yang menggunakan *platform digital* seperti media sosial dan marketplace untuk menjangkau pelanggan, tetapi belum sepenuhnya memahami bagaimana kombinasi inovasi produk dan *platform digital* bisa memaksimalkan potensi bisnis mereka.

Terdapat kesenjangan antara apa yang seharusnya diterapkan oleh para wirausaha dan apa yang benar-benar dilakukan. Di satu sisi, *platform digital* menawarkan peluang besar untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Namun, banyak wirausaha *bakery & cake* yang belum sepenuhnya memanfaatkan potensi ini. Dilansir data dari Kemenkop UKM sebanyak 3,79 juta atau sekitar 8% UMKM yang telah memanfaatkan platform online dalam memasarkan produknya. Hal ini mencerminkan adanya kebutuhan mendesak untuk meneliti lebih lanjut bagaimana *platform digital* dapat berfungsi sebagai pendorong inovasi produk dan kinerja bisnis.

Secara umum, kinerja bisnis dalam konteks penelitian ini diukur melalui tiga indikator utama: peningkatan penjualan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas. Peningkatan penjualan adalah salah satu tujuan utama dari setiap wirausaha, namun hal ini sulit dicapai tanpa adanya inovasi produk yang terus-menerus dan penggunaan *platform digital* yang efektif. Kepuasan pelanggan menjadi penting karena persaingan di industri *bakery & cake* cukup ketat, di mana pelanggan cenderung lebih memilih produk yang unik dan mudah diakses melalui *platform digital*. Loyalitas pelanggan, yang seringkali dipengaruhi oleh inovasi dan aksesibilitas produk, merupakan indikator jangka panjang dari keberhasilan bisnis. Oleh karena itu, penelitian ini sangat relevan karena kinerja bisnis menjadi aspek krusial yang perlu ditingkatkan melalui inovasi dan digitalisasi.

Gambar 1. 1 Perkembangan Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia (2016-2023)



Berdasarkan survei APJII (2023), penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 78,19%, yaitu sebanyak 78 dari 100 masyarakat di Indonesia yang sudah menggunakan internet pada tahun 2023. Namun, banyak wirausaha di Jakarta yang masih bergantung pada metode tradisional, seperti toko fisik dan pemasaran offline, sehingga kinerja bisnis mereka tidak optimal. Kondisi ini menunjukkan peluang besar yang belum dimanfaatkan sepenuhnya oleh wirausaha bakery & cake di Jakarta. Menggabungkan inovasi produk dan platform digital dapat menjadi strategi yang efektif untuk mendorong peningkatan kinerja bisnis. Inovasi produk memungkinkan wirausaha untuk menawarkan sesuatu yang unik di pasar, sedangkan platform digital memberikan akses yang lebih luas ke konsumen, dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan metode tradisional.

Variabel independen yang diteliti meliputi inovasi produk dan *platform digital*, yang keduanya berpotensi meningkatkan kinerja bisnis. Inovasi produk mengacu pada pengembangan dan penyempurnaan produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan yang terus berubah. Penelitian terdahulu oleh Parida et al. (2019) menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki hubungan positif dengan kinerja bisnis. Sementara itu, *platform digital* menyediakan saluran baru bagi wirausaha untuk memasarkan dan menjual produk mereka secara lebih luas, sebagaimana dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Wang et al. (2020), di mana penggunaan *platform digital*

dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan bisnis. Penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut bagaimana sinergi antara inovasi produk dan *platform digital* dapat meningkatkan kinerja bisnis wirausaha *bakery & cake* di Jakarta.

Dengan demikian, penulis akan melakukan penelitian yang berjudul "Peran Inovasi Produk dan *Platform Digital* terhadap Kinerja Bisnis Wirausaha *bakery & cake* di Jakarta.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka identifikasi masalah sebagai berikut :

- a. Belum optimalnya penerapan Inovasi Produk
- b. Kurangnya pemanfaatan *Platform Digital*
- c. Peningkatan Kinerja Bisnis yang masih terbatas
- d. Keterbatasan wirausaha dalam mengikuti perkembangan teknologi dan tren global

3. Pembatasan Masalah

Untuk memperkecil ruang lingkup, maka dilakukan pembatasan masalah yaitu subjek penelitian difokuskan pada Wirausaha yang bergerak dibidang *bakery & cake* yang melakukan inovasi produk dan memanfaatkan *platform digital* dalam mengembangkan bisnis tersebut dan berada di Kota Jakarta. Obyek penelitian ini akan membahas dua variabel utama: Variabel Independen: Inovasi produk dan penggunaan *platform digital*. Variabel dependen yaitu Kinerja bisnis.

4. Rumusan Masalah

1. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap peningkatan kinerja bisnis wirausaha *bakery & cake* di Jakarta?
2. Apakah penggunaan *platform digital* berpengaruh terhadap peningkatan penjualan wirausaha *bakery & cake* di Jakarta?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh empiris inovasi produk terhadap peningkatan kinerja bisnis wirausaha *bakery & cake* di Jakarta.

- b. Untuk mengetahui pengaruh empiris penggunaan *platform digital* terhadap peningkatan penjualan wirausaha *bakery & cake* di Jakarta.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang kewirausahaan, khususnya dalam konteks inovasi produk dan penggunaan *platform digital*.

b. Manfaat Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada pelaku usaha tentang pentingnya inovasi produk dalam meningkatkan kinerja bisnis, sehingga mereka dapat merancang strategi inovasi yang lebih efektif.
- 2) Memberikan panduan kepada wirausaha tentang cara efektif memanfaatkan *platform digital* untuk meningkatkan penjualan, yang dapat membantu mereka menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang efisien.
- 3) Memberikan panduan kepada wirausaha tentang pentingnya menggabungkan inovasi produk dan penggunaan *platform digital* untuk meningkatkan loyalitas konsumen, yang pada akhirnya dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis mereka.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pelaku bisnis sebagai dasar untuk merumuskan strategi bisnis yang lebih baik dan inovatif dalam menghadapi persaingan di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddien, M., Widodo, A. P., & Isnanto, R. R., 2021. Evaluasi Tingkat Penerimaan Sistem Manajemen Aset Menggunakan Metode HOT-FIT. *J. Sistem Info. Bisnis*, 11(2), 87-96.
- Anderson, J., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Bisnis UKM. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*. 5(1), 185-194.
- Badar, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Martabak Di Kota Makassar.
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Basuki, B., & Suwarno, N. (2021). Teknologi Digital Memediasi Dampak Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Umkm Di Nusa Tenggara Barat. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 300-320.
- Bryman, A., & Bell, E. (2011). *Business research methods* (3rd ed.). Oxford University Press.
- Chaffey, D. (2019). *Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Cote Catherine. (2022). *Product Innovation: What Business Leaders Need to Know*. Harvard Business School Online
- Dannels, S. A. (2018). The reviewer's guide to quantitative methods in the social sciences. 402-416
- Field, A. (2018). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics* (5th ed.). Sage Publications.
- Ghozali, I., & Latan, H. 2015. *Partial Least Squares Konsep, Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Semaang.
- Greene, W. H. (2012). *Econometric Analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics* (5th ed.). McGraw-Hill/Irwin.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using Multivariate Statistics* (7th ed.). Pearson.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2020). The evolution of ICTs, event management, and smart tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106-121.

Jannah, M., Irawati, A., & Purnomo, H. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM Batik Gedog Khas Tuban. *Eco-Entrepreneur*, 5(1), 33-48.

Kalil, K., & Aenurohman, E. A. (2020). Dampak kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja UKM di kota Semarang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 69-77.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53 (1), 59-68.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The Balanced Scorecard: Measures that Drive Performance. *Harvard Business Review*.

Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia. (2024). Data UMKM tahun 2024.

Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2000). *Foundations of Behavioral Research*. Harcourt College Publishers.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed). Pearson Education.

Kurniawan, A., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2021). Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Kinerja Bank Pembangunan Daerah Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)*, 10(2), 158-181.

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2018). *E-commerce 2018: Business, Technology, Society*. Pearson.

Lorensa, E. & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Media Sosial terhadap Kinerja Bisnis UMKM Fashion. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(3), 739-748.

Mariani, G., Irfan, I., Sembiring, E. C., & Sukamdani, N. B. (2024). Pengaruh modal dan motivasi terhadap kinerja usaha dengan produktivitas sebagai variabel intervening pada wirausaha wanita pasca pandemi COVID-19. *Jurnal Darma Agung*, 32(1), 352-363.

Mulgary, G. & Albury, D. (2003). *Innovation in the Public Sector*. Strategy Unit, Cabinet Office, London.

Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Research Policy*, 48(8), 103773.

O'Brien, R. M. (2007). A caution regarding rules of thumb for variance inflation factors. *Quality & Quantity*, 41(5), 673-690.

Parida, V., Westerberg, M., & Frishammar, J. (2012). Inbound open innovation activities in high-tech SMEs: The Impact on innovation performance. *Journal of Small Business Management*, 50(2), 283-309.

- Putri, Y. D., & Ie, M. (2020). Pengaruh orientasi kewirausahaan, lingkungan, dan media sosial terhadap kinerja usaha UMKM di Jakarta.. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(4), 1106-1114.
- Razali, N. M., & Wah, Y. B. (2011). Power comparisons of Shapiro-Wilk, Kolmogorov-Smirnov, Lilliefors and Anderson-Darling tests. *Journal of Statistical Modeling and Analytics*, 2(1), 21-33.
- Safitri, C. H. & Handoyo, S. E. (2024). Determinan Kinerja Bisnis UMKM di DKI Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 6(1), 21-28.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Oxford University Press, London.
- Sutanto, H., Jumaedi, J., Nurhaliza, E., & Mardiah, A. (2024). Pengaruh Adopsi Teknologi Digital dan Strategi Pemasaran Online Terhadap Kinerja Bisnis dalam Kewirausahaan di Indonesia. *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan*, 3(01), 53-66.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2014). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. John Wiley & Sons.
- Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of Business Performance in Strategy Research: A Comparison of Approaches. *Academy of Management Review*, 11(4), 801-814.
- Wang, N., Wan, J., Ma, Z., Zhou, Y., & Chen, J. (2023). How digital platform capabilities improve
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5, 171-180.
- Wijaya, R., Yadewani, D., & Wati, H. (2024). Transformasi Digital dan Kinerja Usaha Kecil dan Menengah: Bukti Empiris di Kota Pariaman. 13(2), 154-523.