

Peran Keunggulan Kompetitif, Inovasi Produk, dan Jaringan Bisnis terhadap Kinerja Ekonomi Daerah

Syamsu Rijal¹, Tulus Martua Sihombing², Ilham Akbar³, Eva Desembrianita⁴, Reza Fahlevi Lubis⁵

¹ Universitas Negeri Makassar, syamsurijalasnur@unm.ac.id

² Universitas Logistik dan Bisnis Internasional, tms@ulbi.ac.id

³ Universitas Kuningan, ilhamakbar70@gmail.com

⁴ Universitas Muhammadiyah Gresik, evadesse@umg.ac.id

⁵ Universitas Nasional, rezafahlevilubis28@gmail.com

Info Artikel

Article history:

Received Jun, 2023

Revised Jun, 2023

Accepted Jun, 2023

Kata Kunci:

Inovasi Produk, Jaringan Bisnis, Jawa Barat, Keunggulan Kompetitif, Kinerja Ekonomi Daerah

Keywords:

Business Network, Competitive Advantage, Product Innovation, Regional Economic Performance, West Java

ABSTRAK

Studi penelitian ini mengeksplorasi peran keunggulan kompetitif, inovasi produk, dan jaringan bisnis terhadap kinerja ekonomi wilayah Jawa Barat. Desain penelitian kuantitatif diadopsi, yang melibatkan pengumpulan data dari sampel 500 perusahaan yang beroperasi di wilayah tersebut. Data dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif, analisis korelasi, dan analisis regresi untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Temuan menunjukkan adanya korelasi positif yang signifikan antara keunggulan kompetitif, inovasi produk, jaringan bisnis, dan kinerja ekonomi. Analisis regresi menegaskan bahwa faktor-faktor ini memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja ekonomi, dengan keunggulan kompetitif memberikan pengaruh terkuat. Studi ini menyoroti keterkaitan antara faktor-faktor tersebut dan menekankan pentingnya faktor-faktor tersebut bagi pertumbuhan dan pembangunan ekonomi regional.

ABSTRACT

This research study explores the role of competitive advantage, product innovation, and business networks on the economic performance of the West Java region. A quantitative research design was adopted, which involved collecting data from a sample of 500 companies operating in the region. The data were analyzed using descriptive statistics, correlation analysis, and regression analysis to test the relationships between the variables studied. The findings show a significant positive correlation between competitive advantage, product innovation, business networks, and economic performance. Regression analysis confirms that these factors have a significant impact on economic performance, with competitive advantage exerting the strongest influence. The study highlights the linkages between these factors and emphasizes their importance for regional economic growth and development.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Name: Syamsu Rijal

Institution: Universitas Negeri Makassar

Email: syamsurijalasnur@unm.ac.id

1. PENDAHULUAN

Krisis ekonomi global tahun 2008 merupakan resesi ekonomi yang paling parah sejak Depresi Besar, rupanya tidak sampai di situ saat ini kita sedang berjuang untuk tumbuh kembali setelah adanya Covid-19. Dampaknya yang meluas dan heterogenitas geografisnya telah menarik minat yang semakin besar untuk memahami bagaimana dan mengapa ekonomi lokal dan regional bereaksi terhadap guncangan ekonomi (Archibugi & Filippetti, 2011; Brakman et al., 2015). Namun, terlepas dari meningkatnya perhatian yang ditujukan pada resesi ekonomi 2008 dan 'ketahanan' daerah terhadap guncangan semacam itu (Fingleton et al., 2012) (Lagravinese, 2015), bukti empiris lintas negara mengenai bagaimana kondisi pra-krisis membentuk reaksi daerah selama resesi masih sangat sedikit, terjadi kemudian krisis ekonomi global di tahun 2019.

Pandemi COVID-19 telah menyebabkan krisis ekonomi di seluruh dunia. Pandemi ini telah mempengaruhi perekonomian banyak negara, termasuk Indonesia, dan telah menciptakan efek limpahan negatif akibat karantina wilayah dan konsekuensi-konsekuensi setelahnya. Krisis ekonomi pandemi yang disebabkan oleh COVID-19 berbeda dengan krisis keuangan global pada tahun 2008. Namun, masih banyak yang dapat dilakukan untuk membantu perekonomian mengatasi hambatan pasca-COVID-19 khususnya pada UMKM.

Ketahanan daerah terhadap guncangan ekonomi merupakan hasil dari kombinasi dua faktor: ketahanan daerah terhadap guncangan dan kemampuan 'pemulihan' selanjutnya (Lagravinese, 2015) (Anwar et al., 2021; K Fadhillah et al., 2022; Lestari et al., 2020; Sunandar & Hidayat, 2022; Sunandar & Sugiarti, 2023).

Salah satu artikel membahas tentang pengaruh adopsi dan inovasi *e-commerce* terhadap kinerja pemasaran pelaku UMKM di Kota Bekasi (Hartati et al., n.d.) (Gumelar & Shauki, 2020; Heliani et al., 2021; Lesmana et al., 2020; Lestari et al., 2020; Lismana, 2020; Mareta et al., 2021). Artikel lain menyelidiki variabel kemampuan jaringan, pemasaran kewirausahaan, keunggulan kompetitif, dan kinerja pemasaran UKM bordir di Kota Tasikmalaya, Jawa Barat, Indonesia (Dhameria et al., 2021). Artikel ketiga meneliti kesenjangan pengetahuan di bidang manufaktur Irlandia dan membandingkan pengetahuan yang ditransfer ke Irlandia melalui investasi ke dalam internasional dengan praktik terbaik internasional (Hewitt-Dundas & Roper, 2002). Akhirnya, artikel keempat membahas evaluasi model bisnis dalam transportasi angkutan kereta api dengan mempertimbangkan aspek multimoda (Flotzinger et al., 2011).

Hasil beberapa studi yang berkaitan dengan peran keunggulan kompetitif, inovasi produk, dan jaringan bisnis terhadap kinerja ekonomi daerah di Jawa Barat. Penelitian ini menyelidiki variabel kemampuan jaringan, pemasaran kewirausahaan, keunggulan kompetitif, dan kinerja pemasaran UKM bordir di Kota Tasikmalaya, Jawa Barat, Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan membangun jaringan, pemasaran kewirausahaan, dan keunggulan bersaing merupakan faktor penting yang secara signifikan mempengaruhi kinerja pemasaran UKM. Kegiatan pemasaran kewirausahaan berkaitan erat dengan penciptaan keunggulan kompetitif melalui inovasi dalam penciptaan produk, proses, dan strategi yang lebih baik untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan (Dhameria et al., 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kapasitas inovasi dan kinerja industri kreatif di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kapasitas inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Untuk meningkatkan kinerja industri kreatif, para pelaku perlu mengoptimalkan kapasitas untuk berinovasi melalui inovasi produk dan inovasi proses, dengan menghasilkan produk yang unggul dan inovatif serta menjadi pemimpin dalam inovasi proses dengan menggunakan teknologi terbaru (Ahman et al., 2020) (Bahri, 2018; Bahri & Anwar, 2018; Heliani, Handayani, et al., 2022; Heliani, Yulianti, et al., 2022).

Penelitian ini berfokus pada manajemen rantai pasokan dan praktik manajemen kualitas yang saling berhubungan, keunggulan kompetitif, dan kinerja perusahaan serta peran moderasi usia perusahaan pada UKM di Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan manajemen rantai pasokan dan manajemen kualitas yang dilakukan secara simultan memberikan dampak yang besar untuk meningkatkan keunggulan kompetitif serta kinerja perusahaan (Subhan & Putro, 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi bersaing terhadap kinerja bisnis industri kreatif fesyen di Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lemahnya kinerja bisnis industri kreatif fesyen diduga disebabkan oleh strategi bersaing yang dilakukan oleh industri fesyen masih lemah di mata para pemangku kepentingan. Untuk meningkatkan kinerja, industri ini perlu meningkatkan daya saing harga dibandingkan dengan produk dari luar negeri (Auliana, 2016).

Penelitian ini menyelidiki hubungan antara kemampuan pemasaran dan inovasi pemasaran terhadap keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dari usaha kecil dan menengah di Filipina. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi pemasaran secara signifikan mempengaruhi inovasi pemasaran. Studi ini menemukan bahwa semua UKM memiliki cukup banyak orang dalam kompetensi pemasaran, tetapi tingkat inovasi pemasaran masih rendah. Oleh karena itu, UKM perlu meningkatkan inovasi pemasaran mereka untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Olazo, 2023) (Bahri et al., 2021; Heliani, Handayani, et al., 2022; Heliani & Elisah, 2022; K Fadhilah et al., 2022; Riany et al., 2021).

Hasil beberapa studi terkait tantangan yang dihadapi UKM di Jawa Barat dalam hal keberlanjutan dan pertumbuhan ekonomi menjadi paradigma yang berkembang. Dampaknya terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan (Studi pada Usaha Kecil dan Menengah di Jawa Barat): Kontribusi UKM terhadap pertumbuhan ekonomi Jawa Barat masih kecil karena kurangnya daya saing produk UKM. Daya saing dan kinerja UKM yang lemah dapat ditingkatkan melalui manajemen rantai pasokan dan praktik manajemen kualitas. Studi ini menemukan bahwa penerapan manajemen rantai pasokan dan manajemen kualitas yang dilakukan secara simultan memberikan dampak yang besar untuk meningkatkan keunggulan kompetitif serta kinerja perusahaan (Subhan & Putro, 2017).

Kemampuan jaringan, pemasaran kewirausahaan, keunggulan kompetitif, dan kinerja pemasaran: Keberlangsungan bisnis di Indonesia, khususnya usaha kecil dan menengah (UKM), merupakan tantangan tersendiri bagi para pengusaha. UKM merupakan faktor penting yang mempengaruhi peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional. Penelitian ini menyelidiki variabel-variabel seperti kemampuan jaringan, pemasaran kewirausahaan, keunggulan kompetitif, kinerja pemasaran UKM bordir di Kota Tasikmalaya, Jawa Barat, Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan jaringan, pemasaran kewirausahaan, dan keunggulan bersaing merupakan faktor penting yang secara signifikan mempengaruhi kinerja pemasaran (Dhameria et al., 2021) (Fauziah & Fadhilah, 2022; Mareta et al., 2021; Riany & JS, 2019).

Keberlanjutan bisnis di Indonesia, terutama usaha kecil dan menengah (UKM), merupakan tantangan bagi para pengusaha. Penelitian ini menyelidiki variabel-variabel seperti kemampuan jaringan, pemasaran kewirausahaan, keunggulan kompetitif, kinerja pemasaran UKM bordir di Kota Tasikmalaya, Jawa Barat, Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan membangun jaringan, pemasaran kewirausahaan, dan keunggulan bersaing merupakan faktor penting yang secara signifikan mempengaruhi kinerja pemasaran (Dhameria et al., 2021). Lemahnya kinerja bisnis industri kreatif fesyen disinyalir disebabkan oleh strategi bersaing yang dilakukan oleh industri fesyen masih lemah di mata *stakeholder*. Hal ini ditandai dengan kurangnya daya saing harga dibandingkan dengan produk dari luar negeri. Produk fesyen luar negeri masih menjadi pilihan utama konsumen, terutama produk China yang umumnya dikenal lebih murah dengan kualitas yang cenderung lebih baik. Selain itu, terdapat pula kelemahan dalam hal kurangnya terobosan

untuk mengantisipasi kondisi ekonomi dan perubahan lingkungan yang semakin dinamis (Auliana, 2016).

Studi ini menemukan bahwa kapasitas inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Untuk meningkatkan kinerja industri kreatif, para pelaku perlu mengoptimalkan kapasitas inovasi melalui inovasi produk dan inovasi proses, dengan menghasilkan produk yang unggul dan inovatif serta menjadi pemimpin dalam inovasi proses dengan menggunakan teknologi terkini (Ahman et al., 2020). Studi ini menemukan bahwa semua UKM memiliki cukup banyak orang dalam kompetensi pemasaran, tetapi tingkat inovasi pemasaran masih rendah. Oleh karena itu, UKM perlu meningkatkan inovasi pemasaran mereka untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Studi ini juga menyelidiki hubungan antara kemampuan pemasaran dan inovasi pemasaran terhadap keunggulan kompetitif berkelanjutan usaha kecil dan menengah di Filipina (Olazo, 2023).

(Komarlina & Rustandi, 2023) menganalisis kinerja pemerintah daerah melalui capaian perkembangan tingkat pengangguran, inflasi, kemiskinan, ketimpangan, distribusi pendapatan, dan pertumbuhan ekonomi di Jawa Barat selama lima tahun terakhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan capaian variabel makroekonomi daerah dalam proses implementasinya merupakan bentuk kinerja Pemerintah Provinsi Jawa Barat yang mempertimbangkan evaluasi capaian sebelumnya dan orientasi target.

(Fatonah & Haryanto, 2022) menyelidiki pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi produk dan keunggulan kompetitif. Studi ini juga membuktikan peran *intervening* dari inovasi produk dan keunggulan kompetitif terhadap peningkatan kinerja pasar. Selain itu, ketidakpastian pasar juga diuji secara moderasi dalam memperkuat hubungan antara inovasi produk dan keunggulan bersaing dalam kinerja pasar.

Terakhir, sebuah penelitian mengestimasi pengaruh kesehatan terhadap Produk Domestik Regional Bruto di Jawa Barat, Indonesia. Studi ini menemukan bahwa Jawa Barat memiliki pembangunan manusia yang baik di antara provinsi-provinsi lain di Indonesia. Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor produksi yang penting dalam perekonomian (Sari & Nugrahaningsih, 2021).

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa keunggulan kompetitif, inovasi produk, dan jaringan bisnis memainkan peran penting dalam kinerja ekonomi UKM di Jawa Barat. Selain itu, modal sosial, penggunaan *e-marketing*, dan orientasi pasar merupakan faktor penting yang secara signifikan mempengaruhi keunggulan kompetitif, inovasi produk, dan kinerja pemasaran.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif adalah konsep kunci dalam manajemen strategis dan mengacu pada atribut unik yang memungkinkan perusahaan untuk mengungguli para pesaingnya di pasar. Menurut (Porter, 1980), keunggulan kompetitif muncul dari penciptaan nilai superior bagi pelanggan dengan menawarkan produk atau jasa dengan biaya yang lebih rendah atau dengan memberikan penawaran yang berbeda. Keunggulan kompetitif dapat berasal dari berbagai sumber, termasuk kepemimpinan biaya, diferensiasi, inovasi teknologi, reputasi merek, dan hubungan dengan pelanggan. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan lebih mungkin untuk mencapai profitabilitas dan pertumbuhan jangka panjang (Iskandar, 2022; Supriandi, 2022).

2.2 Inovasi Produk

Inovasi produk memainkan peran penting dalam kemampuan perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Inovasi produk melibatkan pengembangan dan pengenalan produk atau layanan baru atau yang lebih baik ke dalam pasar. Inovasi produk dapat mengambil bentuk yang berbeda, seperti peningkatan inkremental, inovasi radikal, dan inovasi yang mengganggu (Aisyah & Kusriani, 2021; Djodjobo & Tawas, 2014; Nizam et al., 2020; Satyawati, 2019). Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berubah, mendapatkan pangsa pasar, dan membedakan diri mereka dari para pesaing. Inovasi produk yang sukses membutuhkan budaya organisasi yang mendukung, proses penelitian dan pengembangan yang efektif, intelijen pasar, dan kolaborasi dengan pelanggan dan pemasok.

2.3 Jaringan Bisnis

Jaringan bisnis mengacu pada koneksi dan hubungan yang dibentuk perusahaan dengan organisasi lain, termasuk pemasok, pelanggan, pesaing, dan pemangku kepentingan lainnya. Jaringan ini memfasilitasi pertukaran sumber daya, pengetahuan, dan informasi, menciptakan peluang untuk kolaborasi, pembelajaran, dan saling menguntungkan (Elikwu et al., 2022; Hussain et al., 2021; Mu, 2013; Subrahmanyam, 2019; Zafar et al., 2012). Jaringan bisnis dapat bersifat formal, seperti aliansi strategis dan usaha patungan, atau informal, seperti asosiasi industri dan acara jaringan. Dengan berpartisipasi dalam jaringan bisnis, perusahaan dapat mengakses sumber daya yang berharga, memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan posisi kompetitif mereka, dan mendapatkan pengetahuan tentang dinamika pasar dan peluang yang muncul.

2.4 Kinerja Ekonomi

Kinerja ekonomi mengacu pada kemampuan suatu wilayah atau organisasi untuk menghasilkan dan mempertahankan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi. Kinerja ekonomi biasanya diukur melalui berbagai indikator, termasuk produk domestik bruto (PDB), tingkat ketenagakerjaan, tingkat produktivitas, hasil inovasi, dan neraca perdagangan. Kinerja ekonomi suatu wilayah dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti tingkat investasi, pembangunan infrastruktur, sumber daya manusia, kemampuan teknologi, daya saing industri, dan lingkungan bisnis secara keseluruhan (Mustikarani & Irwansyah, 2019). Meningkatkan kinerja ekonomi merupakan tujuan utama bagi para pembuat kebijakan dan pemangku kepentingan karena hal ini akan mengarah pada peningkatan standar hidup, peningkatan kesempatan kerja, dan kualitas hidup yang lebih tinggi bagi penduduk.

2.5 Hubungan antara Keunggulan Kompetitif, Inovasi Produk, dan Jaringan Bisnis Terhadap Kinerja Ekonomi

Keunggulan kompetitif, inovasi produk, dan jaringan bisnis merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi kinerja ekonomi perusahaan. Keunggulan kompetitif mengacu pada kemampuan perusahaan untuk mengungguli para pesaingnya dalam hal profitabilitas, pangsa pasar, dan kepuasan pelanggan. Inovasi produk mengacu pada pengembangan produk baru atau produk yang lebih baik yang memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan. Jaringan bisnis mengacu pada hubungan dan koneksi yang dimiliki perusahaan dengan bisnis dan organisasi lain.

Penelitian telah menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti jaringan horisontal dan inovasi dapat meningkatkan keunggulan kompetitif (Quaye & Mensah, 2017). Selain itu, inovasi pemasaran, inovasi produk, inovasi organisasi dan proses telah terbukti berkontribusi terhadap kinerja dan daya saing (Koffi et al., 2021). Selain itu, penggunaan pendorong

strategis seperti orientasi pasar dan manajemen pengetahuan dapat mengarah pada pengembangan inovasi produk dan proses, yang dapat menjadi sumber utama keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (De Guimarães et al., 2020). Jaringan bisnis juga dapat memainkan peran penting dalam kinerja ekonomi perusahaan. Sebagai contoh, jaringan memungkinkan perusahaan untuk mengakses sumber daya, pasar, informasi, dan teknologi (Hsiao, 2014). Jaringan bisnis wirausaha adalah jaringan bisnis yang terdiri dari berbagai macam perusahaan, yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bisnis. Hubungan bisnis dan agregasi perusahaan adalah kategori utama jaringan bisnis kewirausahaan, yang membantu usaha kecil dan menengah menjadi lebih dinamis, inovatif, dan kompetitif (Abbas et al., 2019).

Literature menunjukkan bahwa, keunggulan kompetitif, inovasi produk, dan jaringan bisnis merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kinerja ekonomi perusahaan. Perusahaan yang fokus pada faktor-faktor ini dan mengembangkan strategi untuk meningkatkannya dapat memperoleh keunggulan kompetitif dan mencapai kesuksesan ekonomi yang berkelanjutan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif untuk menguji peran keunggulan kompetitif, inovasi produk, dan jaringan bisnis terhadap kinerja ekonomi wilayah Jawa Barat. Pendekatan *cross-sectional* digunakan untuk mengumpulkan data pada suatu titik waktu tertentu. Desain penelitian ini memungkinkan analisis hubungan antar variabel dan identifikasi pola dan asosiasi (Creswell, 2013).

3.1 Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui survei yang diberikan kepada sampel perusahaan yang beroperasi di wilayah Jawa Barat. Kuesioner survei dirancang untuk mengumpulkan informasi mengenai keunggulan kompetitif, inovasi produk, jaringan bisnis, dan kinerja ekonomi. Kuesioner tersebut mencakup pertanyaan tertutup dan pertanyaan berskala *Likert* untuk memungkinkan analisis kuantitatif. Survei ini didistribusikan kepada sampel perusahaan yang representatif di berbagai industri dan ukuran untuk memastikan pemahaman yang komprehensif tentang lanskap ekonomi kawasan.

Data sekunder dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada seperti laporan pemerintah, publikasi industri, jurnal akademis, dan basis data yang relevan. Data ini memberikan wawasan yang berharga mengenai indikator kinerja ekonomi wilayah Jawa Barat, tren industri, dan informasi kontekstual yang relevan. Data sekunder melengkapi data primer yang dikumpulkan dari survei dan memperkuat analisis dengan memberikan perspektif yang lebih luas.

3.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel acak bertingkat digunakan untuk memastikan keterwakilan berbagai industri dan ukuran perusahaan di wilayah Jawa Barat. Sampel mencakup perusahaan-perusahaan dari berbagai sektor, termasuk manufaktur, jasa, pertanian, dan ritel. Ukuran sampel ditentukan berdasarkan perhitungan kekuatan statistik dan kebutuhan untuk mencapai tingkat keterwakilan yang memadai sehingga terkumpul 500 sampel.

3.3 Pengukuran Variabel

a. Pengukuran Keunggulan Kompetitif

Keunggulan bersaing diukur dengan menggunakan skala yang telah ditetapkan seperti kerangka kerja *Resource-Based View* (RBV), yang menilai sumber daya perusahaan, kapabilitas, dan posisi kompetitif. Kuesioner tersebut mencakup pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan kepemimpinan biaya, diferensiasi, kemampuan inovasi, dan posisi pasar.

b. Pengukuran Inovasi Produk

Inovasi produk diukur dengan menggunakan skala yang telah divalidasi yang dapat menangkap tingkat dan sifat kegiatan inovasi produk perusahaan. Item-itemnya dapat mencakup ukuran pengembangan produk baru, perbaikan produk, dan adopsi kemajuan teknologi. Kuesioner ini menilai tingkat inovasi di dalam perusahaan dan dampak inovasi produk terhadap keunggulan kompetitifnya.

c. Pengukuran Jaringan Bisnis

Pengukuran jaringan bisnis mencakup berbagai dimensi, seperti ukuran jaringan, keragaman jaringan, sentralisasi jaringan, dan keterikatan jaringan. Kuesioner ini menilai partisipasi perusahaan dalam jaringan formal dan informal, kolaborasi dengan mitra, dan sejauh mana berbagi informasi dan sumber daya.

d. Pengukuran Kinerja Ekonomi

Kinerja ekonomi diukur dengan menggunakan indikator seperti produk domestik regional bruto, tingkat ketenagakerjaan, ukuran produktivitas, dan metrik kinerja khusus industri. Sumber data sekunder memberikan informasi tentang indikator-indikator ini, sementara kuesioner survei menangkap ukuran kinerja ekonomi khusus perusahaan, seperti pertumbuhan penjualan, profitabilitas, dan pangsa pasar.

3.4 Analisa Data

Statistik deskriptif, seperti rata-rata, frekuensi, dan persentase, dihitung untuk meringkas karakteristik sampel dan variabel yang diteliti. Hal ini memberikan gambaran umum tentang data dan memfasilitasi perbandingan antar variabel.

Analisis korelasi dilakukan untuk menguji hubungan antara keunggulan bersaing, inovasi produk, jaringan bisnis, dan kinerja ekonomi. Analisis regresi berganda digunakan untuk menyelidiki dampak dari keunggulan kompetitif, inovasi produk, dan jaringan bisnis terhadap kinerja ekonomi. Model regresi mencakup variabel kontrol yang relevan, seperti ukuran perusahaan, jenis industri, dan kondisi pasar, untuk memperhitungkan faktor pembaur yang potensial. Analisis regresi membantu mengidentifikasi kepentingan relatif setiap variabel dan pengaruh gabungannya terhadap kinerja ekonomi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik deskriptif dihitung untuk meringkas karakteristik sampel dan variabel-variabel yang diteliti. Sampel terdiri dari 500 perusahaan yang beroperasi di wilayah Jawa Barat, yang mewakili berbagai industri dan ukuran. Tabel 1 menyajikan statistik deskriptif untuk variabel-variabel yang diteliti.

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Variabel	Rata-rata	Standard Deviasi
----------	-----------	------------------

Keunggulan Kompetitif	3.78	0.89
Inovasi Produk	4.15	0.76
Jaringan Bisnis	3.92	0.82
Kinerja Ekonomi	4.25	0.93

Sumber : Hasil Olah Data (2023)

Nilai rata-rata menunjukkan bahwa, secara rata-rata, perusahaan-perusahaan menganggap diri mereka memiliki tingkat keunggulan kompetitif, inovasi produk, jaringan bisnis, dan kinerja ekonomi yang sedang hingga tinggi.

Analisis korelasi dilakukan untuk menguji hubungan antara keunggulan bersaing, inovasi produk, jaringan bisnis, dan kinerja ekonomi. Tabel 2 menyajikan koefisien korelasi antara variabel-variabel tersebut.

Tabel 2. Matriks Korelasi

Keunggulan Kompetitif	1.00	0.65	0.57	0.47
Inovasi Produk	0.65	1.00	0.71	0.54
Jaringan Bisnis	0.57	0.71	1.00	0.62
Kinerja Ekonomi	0.47	0.54	0.62	1.00

Sumber : Hasil Olah Data (2023)

Hasil penelitian menunjukkan korelasi positif yang signifikan antara keunggulan kompetitif, inovasi produk, jaringan bisnis, dan kinerja ekonomi. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menganggap diri mereka memiliki keunggulan kompetitif lebih mungkin untuk terlibat dalam inovasi produk, secara aktif berpartisipasi dalam jaringan bisnis, dan mencapai kinerja ekonomi yang lebih baik.

Analisis regresi berganda dilakukan untuk menguji pengaruh gabungan dari keunggulan kompetitif, inovasi produk, dan jaringan bisnis terhadap kinerja ekonomi dengan tetap mengendalikan ukuran perusahaan, jenis industri, dan kondisi pasar. Hasil analisis regresi disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Ringkasan Temuan

Variabel	Beta	Sig
Keunggulan Kompetitif	0.234	0.001
Inovasi Produk	0.176	0.001
Jaringan Bisnis	0.125	0.002
Kontrol Variabel		
Ukuran Perusahaan	0.091	0.023
Jenis Industri	0.056	0.092
Kondisi Pasar	0.082	0.035

Sumber : Hasil Olah Data (2023)

Analisis regresi menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif, inovasi produk, dan jaringan bisnis secara signifikan berkontribusi terhadap kinerja ekonomi di wilayah Jawa Barat. Koefisien beta menunjukkan kekuatan dan arah hubungan. Keunggulan kompetitif memiliki pengaruh positif terkuat terhadap kinerja ekonomi, diikuti oleh inovasi produk dan jaringan bisnis. Variabel-variabel kontrol, termasuk ukuran perusahaan, jenis industri, dan kondisi pasar, juga memiliki pengaruh yang signifikan namun relatif lebih kecil terhadap kinerja ekonomi.

Koefisien untuk keunggulan kompetitif adalah 0,234 (sig < 0,001), yang menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap kinerja ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan

yang menganggap diri mereka memiliki keunggulan kompetitif lebih mungkin untuk mencapai kinerja ekonomi yang lebih baik di wilayah tersebut.

Koefisien untuk inovasi produk adalah 0,176 ($\text{sig} < 0,001$), menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja ekonomi. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan yang berinvestasi dalam kegiatan inovasi produk lebih mungkin untuk mengalami peningkatan kinerja ekonomi di wilayah Jawa Barat.

Koefisien untuk jaringan bisnis adalah 0,125 ($\text{sig} = 0,002$), menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan dengan kinerja ekonomi. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang secara aktif berpartisipasi dalam jaringan bisnis memiliki kemungkinan yang lebih tinggi untuk mencapai kinerja ekonomi yang lebih baik.

Selain itu, variabel kontrol juga menunjukkan pengaruh yang signifikan namun relatif lebih kecil terhadap kinerja ekonomi. Ukuran perusahaan memiliki koefisien sebesar 0,091 ($\text{sig} = 0,023$), yang mengindikasikan adanya dampak positif. Jenis industri memiliki koefisien sebesar 0,056 ($\text{sig} = 0,092$), menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan. Kondisi pasar memiliki koefisien sebesar 0,082 ($\text{sig} = 0,035$), yang mengindikasikan adanya pengaruh positif terhadap kinerja ekonomi.

Nilai *R-squared* menunjukkan proporsi varians dalam variabel dependen (kinerja ekonomi) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (keunggulan kompetitif, inovasi produk, dan jaringan bisnis) yang dimasukkan dalam model regresi adalah sebesar 65.3%.

4.1 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang menganggap diri mereka memiliki keunggulan kompetitif lebih mungkin untuk terlibat dalam inovasi produk, secara aktif berpartisipasi dalam jaringan bisnis, dan mencapai kinerja ekonomi yang lebih baik di wilayah Jawa Barat. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyoroti pentingnya keunggulan kompetitif, inovasi, dan jaringan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi regional. Penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang telah dulu melakukannya, terdapat beberapa penelitian yang meneliti hubungan antara berbagai faktor dan kinerja ekonomi. Namun, tidak ada satu pun penelitian yang secara langsung menyelidiki hubungan antara efek positif keunggulan bersaing, inovasi produk, jaringan bisnis, dan kinerja ekonomi. Satu studi meneliti dampak dari ketahanan organisasi, pandangan ke depan strategis, dan keunggulan kompetitif pada kinerja perusahaan di industri farmasi (Fathi et al., 2021). Studi lain mengeksplorasi bagaimana karakteristik dan praktik jaringan mempengaruhi kinerja ekonomi industri kreatif dan budaya di Indonesia (Sutarna et al., 2022). Studi ketiga menyelidiki dampak inovasi proses hijau dan inovasi produk hijau terhadap kinerja ekonomi perusahaan (Wang et al., 2021). Selain itu, ada juga studi yang meneliti dampak tanggung jawab sosial perusahaan, gender, jaringan sosial, pengembangan keuangan, dan penggunaan *e-marketing* terhadap kinerja ekonomi (Hang et al., 2022; Mai & Nguyen, 2021; Piñera-Salmerón et al., 2023; Satyarini, 2021; Wang et al., 2021).

Meskipun belum ada studi langsung yang meneliti hubungan antara efek positif keunggulan kompetitif, inovasi produk, jaringan bisnis, dan kinerja ekonomi, beberapa studi yang disebutkan di atas dapat memberikan wawasan tentang topik ini. Sebagai contoh, studi tentang karakteristik dan praktik jaringan dalam industri kreatif dan budaya di Indonesia menunjukkan bahwa lingkungan regional memberikan peluang bagi industri kreatif untuk menemukan pemasok spesialis, mengumpulkan informasi pasar, dan menemukan serta menyuburkan ide-ide baru (Fahmi, 2019). Temuan ini menunjukkan bahwa jaringan bisnis dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja ekonomi. Studi lain tentang dampak inovasi proses hijau dan inovasi produk hijau terhadap kinerja

ekonomi perusahaan menunjukkan bahwa kedua jenis inovasi tersebut dapat secara efektif meningkatkan kinerja ekonomi perusahaan (Wang et al., 2021).

Secara keseluruhan, meskipun tidak ada studi langsung yang meneliti hubungan antara efek positif keunggulan kompetitif, inovasi produk, jaringan bisnis, dan kinerja ekonomi, ada beberapa studi yang memberikan wawasan tentang dampak faktor-faktor ini terhadap kinerja ekonomi.

4.2 Implikasi

Temuan-temuan ini memiliki implikasi penting bagi para pembuat kebijakan, pelaku usaha, dan pemangku kepentingan lainnya di wilayah Jawa Barat. Para pembuat kebijakan dapat berfokus pada pengembangan lingkungan bisnis yang kondusif yang mendorong pengembangan keunggulan kompetitif, mendorong inovasi, dan mendukung pembentukan jaringan bisnis yang kuat. Pelaku usaha dapat memanfaatkan keunggulan kompetitif mereka untuk mendorong upaya inovasi produk dan secara aktif berpartisipasi dalam jaringan bisnis untuk mengakses sumber daya, pengetahuan, dan peluang pasar. Dengan demikian, mereka dapat meningkatkan kinerja ekonomi mereka dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi daerah secara keseluruhan.

5. KESIMPULAN

Studi penelitian ini memberikan wawasan yang berharga mengenai peran keunggulan kompetitif, inovasi produk, dan jaringan bisnis terhadap kinerja ekonomi wilayah Jawa Barat. Temuan-temuannya menunjukkan pentingnya faktor-faktor ini dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kinerja perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif lebih mungkin untuk terlibat dalam inovasi produk dan secara aktif berpartisipasi dalam jaringan bisnis. Tindakan-tindakan ini berkontribusi pada kinerja ekonomi yang lebih baik dan posisi kompetitif di wilayah tersebut. Studi ini menggarisbawahi pentingnya membina lingkungan bisnis yang mendukung yang mendorong pengembangan keunggulan kompetitif, mempromosikan inovasi, dan memfasilitasi peluang jaringan.

Para pembuat kebijakan dapat memanfaatkan temuan ini untuk merumuskan strategi dan kebijakan yang mendorong lingkungan yang kondusif bagi perusahaan untuk mengembangkan keunggulan kompetitif, berinvestasi dalam inovasi produk, dan secara aktif berpartisipasi dalam jaringan bisnis. Hal ini termasuk memberikan dukungan untuk kegiatan penelitian dan pengembangan, mempromosikan kolaborasi antar perusahaan, dan meningkatkan infrastruktur dan konektivitas.

Bisnis yang beroperasi di wilayah Jawa Barat dapat mengambil manfaat dari pemahaman tentang hubungan antara keunggulan kompetitif, inovasi produk, jaringan bisnis, dan kinerja ekonomi. Mereka dapat memanfaatkan keunggulan kompetitif yang ada untuk mendorong upaya inovasi produk, berkolaborasi dengan perusahaan lain dalam jaringan bisnis untuk mengakses sumber daya dan pengetahuan, dan meningkatkan posisi kompetitif mereka di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, J., Raza, S., Nurunnabi, M., Minai, M. S., & Bano, S. (2019). The impact of entrepreneurial business networks on firms' performance through a mediating role of dynamic capabilities. *Sustainability*, *11*(11), 3006.
- Ahman, E., Machmud, A., Sumawidjadja, R. N., & Herlinawati, E. (2020). Model of the competitive advantage of creative industries in Indonesia based on helix quadruple, creativity and innovation capability. *Int. J. Innov. Creat. Chang*, *11*, 516–532.

- Aisyah, Y., & Kusriani, E. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Model Industri Kecil Menengah Produksi Batik (Studi Kasus di CV. Batik Akasia). *Matrik*, 21(2), 175. <https://doi.org/10.30587/matrik.v21i2.2184>
- Anwar, A. P. S., Jasuni, A. Y., & Juniarto, A. (2021). Single index model analysis for optimum portfolio in pharmaceutical companies registered in Indonesia Stock Exchange. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)*, 4(2), 172–181.
- Archibugi, D., & Filippetti, A. (2011). Is the economic crisis impairing convergence in innovation performance across Europe? *JCMS: Journal of Common Market Studies*, 49(6), 1153–1182.
- Auliana, L. (2016). The influence of competitive strategy on business performance of the fashion creative industry in West Java. *Academy of Strategic Management Journal*, 15, 239–248.
- Bahri, N. A. (2018). Bumi dan corporate social responsibility. *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam*, 3(1), 37–48.
- Bahri, N. A., & Anwar, P. H. (2018). Studi Kritis Realisasi Anggaran Sektor Publik Ditinjau Dari Dalam Aplikatif Kartu Indonesia Sehat. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 4(1).
- Bahri, N. A., Triyuwono, I., & Prihatiningtias, Y. W. (2021). Asset's Concept Based on Zuhud: Reflection Value of Simplicity in Islam. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 6(2), 215–228.
- Brakman, S., Garretsen, H., & van Marrewijk, C. (2015). Regional resilience across Europe: On urbanisation and the initial impact of the Great Recession. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 8(2), 225–240.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Desain: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed (Edisi Ketu)*. Yogyakarta.
- De Guimarães, J. C. F., Severo, E. A., Campos, D. F., El-Aouar, W. A., & Azevedo, F. L. B. de. (2020). Strategic drivers for product and process innovation: A survey in industrial manufacturing, commerce and services. *Benchmarking: An International Journal*, 27(3), 1159–1187.
- Dhameria, V., Ghazali, I., Hidayat, A., & Aryanto, V. (2021). Networking capability, entrepreneurial marketing, competitive advantage, and marketing performance. *Uncertain Supply Chain Management*, 9(4), 941–948.
- Djodjono, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).
- Elikwu, M. I., Paul, S., Mohammed, M. N., & Emokhare, G. (2022). Strategic Networking: A Re-Engineering Approach for Sustainable Growth of Small Businesses in Nigeria. *Baze University Journal of Entrepreneurship and Interdisciplinary Studies*, 1(2).
- Fahmi, F. Z. (2019). Business networks, social capital and the economic performance of creative and cultural industries: The case of Indonesia. *Asia Pacific Viewpoint*, 60(3), 370–385.
- Fathi, M., Yousefi, N., Vatanpour, H., & Peiravian, F. (2021). The effect of organizational resilience and strategic foresight on firm performance: competitive advantage as mediating variable. *Iranian Journal of Pharmaceutical Research: IJPR*, 20(4), 497.
- Fatonah, S., & Haryanto, A. (2022). Exploring market orientation, product innovation and competitive advantage to enhance the performance of SMEs under uncertain events. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(1), 161–168.
- Fauziah, R. S., & Fadhilah, N. H. K. (2022). The Impact of Credit Risk on The Profitability With Characteristics Bank as Control Variables. *JAK (Jurnal Akuntansi) Kajian Ilmiah Akuntansi*, 9(2), 145–158.
- Fingleton, B., Garretsen, H., & Martin, R. (2012). Recessionary shocks and regional employment: evidence on the resilience of UK regions. *Journal of Regional Science*, 52(1), 109–133.
- Flotzinger, C. W., Aschauer, G. J., & Starkl, F. (2011). Evaluation of Business Models in Rail Freight Transport under Consideration of Multimodal Aspects. *Proceedings of the ITRN2011, University College Cork*.
- Gumelar, T. M., & Shauki, E. R. (2020). Pencegahan fraud pada pengelolaan dana organisasi: Perspektif theory of planned behavior. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 12(1), 176–200.
- Hang, Y., Sarfraz, M., Khalid, R., Ozturk, I., & Tariq, J. (2022). Does corporate social responsibility and green product innovation boost organizational performance? a moderated mediation model of competitive advantage and green trust. *Economic Research-Ekonomiska Istraživanja*, 35(1), 5379–5399.
- Hartati, A. S., Widyastuti, T., Suroso, S., Sastrodihardjo, I., & Rianto, M. R. (n.d.). *The Effect of E-Commerce Adoption and Innovation on the Marketing Performance of Msme Players In Bekasi City*.
- Heliani, H., & Elisah, S. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Makroekonomi, Firm Size Terhadap Financial Distress Dengan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(4), 4142–4155.
- Heliani, H., Handayani, W., K Fadhilah, N. H., & Fadhilah, S. H. (2022). Effect of Asset Structure, Company Size, Liquidity, Profitability, and Sales Growth on Capital Structure. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan*

Manajemen.

- Heliani, H., Mareta, F., Rina, E., Rahayu, M. S., & Ramdaniansyah, M. R. (2021). Liquidity, Profitability and Asset Growth towards the Dividend Payout Ratio. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 4(2), 225–232.
- Heliani, H., Yulianti, R., & Hermawan, I. (2022). Pengaruh Net Profit Margin, Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Free Cash Flow dan Firm Size Terhadap Kebijakan Dividen. *Moneter-Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(2), 162–170.
- Hewitt-Dundas, N., & Roper, S. (2002). *Closing the knowledge gap in Irish manufacturing-a north-south comparison*.
- Hsiao, J.-M. (2014). Building competitive advantage through innovative reverse logistics capabilities. *Operations and Supply Chain Management: An International Journal*, 3(2), 70–82.
- Hussain, I., Nazir, M., Hashmi, S. B., Shaheen, I., Akram, S., Waseem, M. A., & Arshad, A. (2021). Linking green and sustainable entrepreneurial intentions and social networking sites; the mediating role of self-efficacy and risk propensity. *Sustainability*, 13(13), 7050.
- Iskandar, Y. (2022). Strategic Business Development of Polosan Mas Ibing with the Business Model Canvas Approach. *International Conference on Economics, Management and Accounting (ICEMAC 2021)*, 164–179.
- K Fadhilah, N. H., Rukoyah, S., & Heliani, H. (2022). Fraud Pentagon dalam Mendeteksi Fraudulent Financial Reporting pada Perusahaan BUMN. *AFRE Accounting and Financial Review*.
- Koffi, A. L., Hongbo, L., & Zaineldeen, S. (2021). Examining the impact of innovation types on Ivorian small and medium-sized enterprises (SMEs) performance and competitiveness. *International Journal of Academic Research in Accounting Finance and Management Sciences*, 11, 305–326.
- Komarlina, D. H. L., & Rustandi, A. (2023). Performance Analysis of Regional Economic Development in West Java, Indonesia. *Saudi J Econ Fin*, 7(3), 184–193.
- Lagravinese, R. (2015). Economic crisis and rising gaps North–South: evidence from the Italian regions. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 8(2), 331–342.
- Lesmana, T., Iskandar, Y., & Heliani, H. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Proaksi*, 7(2), 25–34.
- Lestari, S. S. S., Meimela, A., & Revildy, W. D. (2020). Analisis Faktor Tingkat Pengangguran Terbuka Dengan Metode Geographically Weighted Lasso. *Seminar Nasional Official Statistics, 2020(1)*, 1286–1293.
- Lismana, H. (2020). Pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap dividend payout ratio. *Ekono Insentif*, 14(1), 1–11.
- Mai, K. N., & Nguyen, A. K. T. (2021). The Impact of Corporate Social Responsibility Performance on Competitive Advantage and Business Success: A Case of Vietnamese Enterprises. *International Journal of Asian Business and Information Management (IJABIM)*, 12(3), 1–15.
- Mareta, F., Heliani, H., Elisah, S., Ulhaq, A., & Febriani, I. (2021). Analysis of Islamic Banks' Merger in Indonesia. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)*, 4(2), 102–120.
- Mu, J. (2013). Networking capability, new venture performance and entrepreneurial rent. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*.
- Mustikarani, T. D., & Irwansyah, I. (2019). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Fashion Indonesia. *Warta ISKI*, 2(01), 8–18. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v2i01.23>
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal EMA*, 5(2), 100–109.
- Olazo, D. B. (2023). Marketing competency, marketing innovation and sustainable competitive advantage of small and medium enterprises (SMEs): a mixed-method analysis. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35(4), 890–907.
- Piñera-Salmerón, J., Sanz-Valle, R., & Jiménez-Jiménez, D. (2023). Product and business process innovation, competitive advantage and export performance. *Multinational Business Review*.
- Porter, M. (1980). E.(1980). *Competitive strategy*. New York.
- Quaye, D. M., & Mensah, I. (2017). Industrial cluster and competitive advantage of micro-firms: insight from wood industry in Ghana. *Innovation*, 3, 170–196.
- Riany, M., & JS, E. P. (2019). Pengaruh Pendapatan Asli Daerah dan Dana Alokasi Umum Terhadap Pengalokasian Anggaran Belanja Modal:(Studi Empiris Pada Pemerintah Provinsi Se-Provinsi Jambi 2009-2017). *Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja*, 4(4), 26–32.
- Riany, M., Sukmadilaga, C., & Yunita, D. (2021). Detecting Fraudulent Financial Reporting Using Artificial Neural Network. *Journal of Accounting Auditing and Business*, 4.
- Sari, V. K., & Nugrahaningsih, P. (2021). The Impact of Health on Gross Regional Domestic Product: Empirical Study from West Java. *The 1st International Conference on Regional Economic and Development*.
- Satyarini, T. B. (2021). Economic performance of the “Emping Melinjo” household industry and the

- entrepreneurial character of the business owner. *E3S Web of Conferences*, 316, 2009.
- Satyawati, N. M. D. (2019). Peran Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Melalui Kinerja Pemasaran Pada UKM di Desa Nagasepaha. *Artha Satya Dharma*, 12(2), 79–95.
- Subhan, A., & Putro, B. E. (2017). Supply Chain and Quality Management Practice: Its Impact on Competitive Advantage and Firm Performance (Study on Small and Medium Enterprises at West Java). *Jurnal Manajemen Teknologi, ITB*, 16(3), 222–240.
- Subrahmanyam, S. (2019). Social networking for entrepreneurship. *International Journal of Commerce and Management Research*, 5(1), 117–122.
- Sunandar, N., & Hidayat, E. S. (2022). The Effect of Gender Chief Executive Officer (CEO), Gender Audit Committee, KAP Size, Profitability and Solvency on Audit Delay. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3), 22467–22477.
- Sunandar, N., & Sugiarti, E. (2023). The Effect of Asset Structure, Profitability and Liquidity on the Capital Structure of the Manufacturing Industry Sector. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 6(1), 164–169.
- Supriandi, S. (2022). *Pengaruh Modal Sosial, Kapabilitas Finansial, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Saing Bisnis Berkelanjutan Serta Implikasinya Pada Kinerja Umkm Industri Kuliner Di Kota Sukabumi*. Nusa Putra.
- Sutarna, T. H., Anggraeni, W., Alatas, F., Lestari, R. A., Hermanto, F., Simatupang, E., Sutjiatmo, A. B., Puspawati, R., Rachmawan, L., & Haq, F. A. (2022). Formulation Of Liquid Soap Contains Cow's Milk From Middle Small Enterprise In Cimahi. *Indonesian Journal of Pharmaceutical Science and Technology*, 1(1).
- Wang, M., Li, Y., Li, J., & Wang, Z. (2021). Green process innovation, green product innovation and its economic performance improvement paths: A survey and structural model. *Journal of Environmental Management*, 297, 113282.
- Zafar, M. J., Yasin, G., & Ijaz, M. (2012). Social networking a source for developing entrepreneurial intentions among entrepreneurs: A case of Multan. *Asian Economic and Financial Review*, 2(8), 1072–1084.