

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Salah satu peran yang diemban oleh UMKM adalah sebagai sarana pemerataan tingkat ekonomi rakyat kecil. Dalam hal ini, UMKM dapat berada di berbagai daerah, bahkan di daerah yang terpencil, sehingga masyarakat tidak perlu pergi jauh ke kota untuk mencari penghidupan yang layak. Salah satu UMKM yang berkembang di Bandung yaitu UMKM Makanan di Lengkong. Tujuan penelitian adalah mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UMKM, mengetahui pengaruh inovasi pemasaran terhadap kinerja UMKM dan mengetahui pengaruh inovasi proses terhadap kinerja UMKM.

Metode dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan tipe deskriptif dan kausal dengan pengukuran skala likert. Populasi penelitian ini adalah seluruh UMKM. Sampelnya berjumlah 71 responden. Teknik analisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan SPSS 21 For Windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UMKM, terdapat pengaruh inovasi pemasaran terhadap kinerja UMKM dan terdapat pengaruh inovasi proses terhadap kinerja UMKM.

Kata kunci: inovasi produk, inovasi pemasaran, inovasi proses, kinerja UMKM