

**PENGARUH KEMAMPUAN PEMASARAN, KEMAMPUAN
INOVASI DAN KEMAMPUAN PEMBELAJARAN
TERHADAP KINERJA UKM DI WILAYAH
PROVINSI DIY**



**Diajukan Oleh
Muhammad Muhlisin
(18911055)**

**PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
JANUARI 2021**

**PENGARUH KEMAMPUAN PEMASARAN, KEMAMPUAN
INOVASI DAN KEMAMPUAN PEMBELAJARAN
TERHADAP KINERJA UKM DI WILAYAH
PROVINSI DIY**

Tesis S-2

Program Magister Manajemen



ACC untuk diujikan 18/01/2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Muhammad Muhlisin', is written over the bottom right portion of the logo area.

**Diajukan Oleh
Muhammad Muhlisin
(18911055)**

**PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
JANUARI 2021**

BERITA ACARA UJIAN TESIS

Pada hari Senin tanggal 25 Januari 2021 Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia telah mengadakan ujian tesis yang disusun oleh :

MUHAMMAD MUHLISIN

No. Mhs. : 18911055

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dengan Judul:

**PENGARUH KEMAMPUAN PEMASARAN, KEMAMPUAN INOVASI DAN
KEMAMPUAN PEMBELAJARAN TERHADAP KINERJA UKM
DI WILAYAH PROVINSI DIY**

Berdasarkan penilaian yang diberikan oleh Tim Penguji,
maka tesis tersebut dinyatakan **LULUS**

Penguji I



Arif Hartono, SE., M.Ec., Ph.D.

Penguji II



Rr. Ratna Roostika, SE., MAC., Ph.D.

Mengetahui

Ketras Program Studi Magister Manajemen,



Agus Harjito, M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN



Yogyakarta, _____

Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Arif Hartono', is written over the printed name below.

Arif Hartono, SE., M.Ec., Ph.D.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, Januari 2021



Muhammad Muhlisin

MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فَإِنَّ مَعَ يُسْرًا الْعُسْرَ (5) إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (6) فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ (7)
وَالرَّبُّكَ يَ فَارُغَبْ (8)

Artinya :

“(5) *sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.* (6) *Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain,* (7) *dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.* (8)”

(QS. Al-Insyirah: 5-8)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga tesis dengan judul “Pengaruh Kemampuan Pemasaran, Kemampuan Inovasi dan Kemampuan Pembelajaran Terhadap Kinerja UKM Di Wilayah Provinsi DIY” ini dapat diselesaikan.

Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Magister Manajemen (M.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Indonesia. Pada kesempatan ini dengan penuh kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Dwipraptono Agus Harjito, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Magister Universitas Islam Indonesia Yogyakarta;
2. Bapak Arif Hartono, SE., M.Ec., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu, memberikan masukan, nasihat dan arahan yang dapat membangun motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini;
3. Ibu Rr. Ratna Roostika, SE., MAC., Ph.D. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dalam penyelesaian tesis ini;
4. Pengelola, dosen pengajar dan staf sekretariat Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia, yang telah banyak membantu penulis selama mengikuti perkuliahan;

5. Para responden yaitu karyawan, pihak pemilik dan manajer UKM yaitu Ebjed Product, Prima Roti, Bakpia Pathok 25, Batik Surya Kencana dan Kerajinan Kistodiharjo yang telah memberikan ijin tempat penelitian.
6. Kedua orang tua dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan dorongan dan doa restu kepada penulis;

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan anugerah-Nya yang berlimpah bagi beliau-beliau yang tersebut di atas. Sangat disadari dalam tesis ini terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu semua saran dan kritik penulis terima demi kesempurnaan penulisan ini. Akhirnya harapan penulis semoga tesis ini bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, Januari 2021

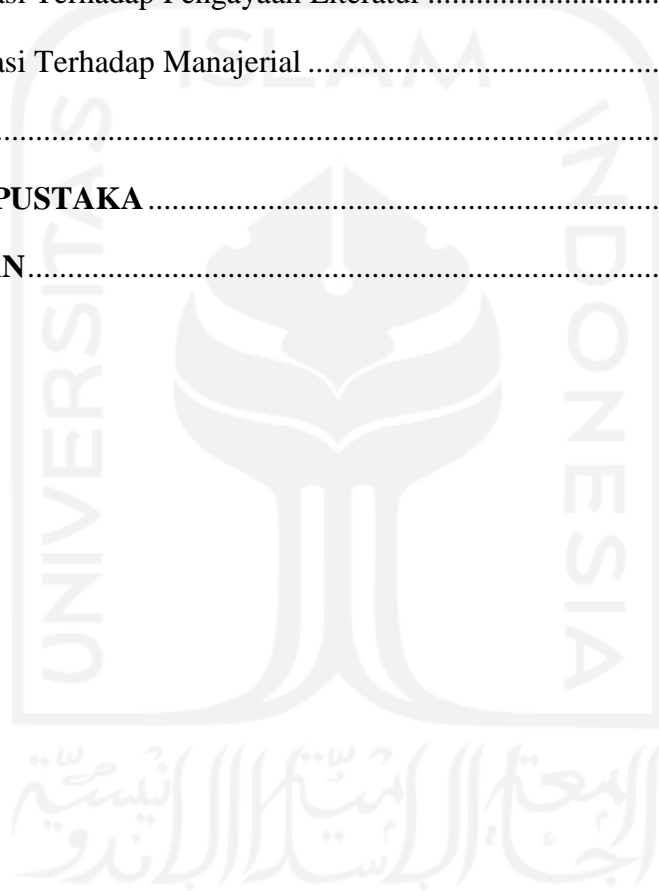
Muhammad Muhlisin

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
PERNYATAAN PLAGIARISME	ii
MOTTO.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I. Latar Belakang.....	1
II. Tujuan Penelitian.....	9
III. Rumusan Masalah.....	9
IV. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Definisi Usaha Kecil dan Menengah (UKM).....	11
2.2 Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM)	12
2.3 Kemampuan Pemasaran dan Kinerja UKM.....	14
2.4 Kemampuan Inovasi dan Kinerja UKM	16
2.5 Kemampuan Pembelajaran dan Kinerja UKM	18
2.6 Interaksi Hubungan Antara Kemampuan Pemasaran, Kemampuan Inovasi, Kemampuan Pembelajaran dan Kinerja UKM.....	21
2.7 Kerangka Konsep Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian	25

1. Populasi.....	25
2. Sampel.....	
3.2 Data dan Pengumpulan Data.....	26
3.3 Identifikasi Variabel Penelitian.....	28
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
3.5 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	25
1. Validitas.....	36
2. Reliabilitas.....	40
3.6 Alat Analisis.....	41
1. Uji Prasyarat Hipotesis.....	43
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Karakteristik Responden.....	48
1. Usia.....	48
2. Jenis Kelamin.....	49
3. Pendidikan Terakhir.....	50
4. Masa Kerja di UKM.....	51
5. Tahun UKM Didirikan.....	52
6. Posisi di UKM.....	52
4.2 Uji Prasyarat.....	53
1. Uji Normalitas.....	53
2. Uji Linieritas.....	54
4.3 Hasil Uji Hipotesis.....	54
1. Uji Hipotesis Pertama.....	54
2. Uji Hipotesis Kedua.....	55

3. Uji Hipotesis Ketiga.....	
4. Uji Hipotesis Keempat	56
4.2 Pembahasan.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Implikasi Terhadap Pengayaan Literatur	65
5.3 Implikasi Terhadap Manajerial	67
5.4 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	74



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skor Penilaian	27
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Pilot Studi 35 Sampel.....	38
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas Pilot Studi 35 Sampel.....	41
Tabel 4.1	Rekapitulasi Kuesioner	48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin	49
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja di UKM	51
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun UKM Didirikan	52
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Posisi di UKM.....	52
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas Masing-Masing Variabel	53
Tabel 4.9	Hasil pengujian Linieritas	54
Tabel 4.10	Hasil Korelasi Parsial.....	55
Tabel 4.11	Hasil Korelasi Parsial.....	55
Tabel 4.12	Hasil Korelasi Parsial.....	56
Tabel 4.13	Koefisien Korelasi dan Determinasi	57
Tabel 4.14	Hasil Uji F.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian..... 24



**PENGARUH KEMAMPUAN PEMASARAN, KEMAMPUAN
INOVASI DAN KEMAMPUAN PEMBELAJARAN
TERHADAP KINERJA UKM DI WILAYAH
PROVINSI DIY**

Muhammad Muhlisin

Program Pascasarjana Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta

E-mail: m.muhlisinna@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY. Populasi penelitian ini adalah UKM di DIY. Subjek penelitian ini adalah karyawan, pengelola dan/atau pemilik UKM. Sampel penelitian sebanyak 176 responden terdiri dari karyawan, pengelola dan/atau pemilik UKM yang ada di Kota Yogyakarta. Data hasil penelitian selanjutnya dianalisis dengan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa: *Pertama*, kemampuan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. *Kedua*, kemampuan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. *Ketiga*, kemampuan pembelajaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. *Keempat*, kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY.

Kata Kunci: Kemampuan Pemasaran, Kemampuan Inovasi, Kemampuan Pembelajaran, Kinerja UKM

BAB I

A. PENDAHULUAN

I. LATAR BELAKANG

Usaha kecil dan menengah (selanjutnya disingkat UKM) dibanyak negara telah terbukti mampu berperan sebagai tulang punggung perekonomian. UKM merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian di Indonesia dan telah terbukti menjadi kunci pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis ekonomi serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis. Keberadaan industri kecil merupakan fakta semangat jiwa kewirausahaan yang sangat besar di kalangan rakyat yang bisa menjadi penopang perekonomian nasional. Perhatian pada sektor UKM akan membantu industri itu sendiri untuk dapat berkembang yang kemudian akan meningkatkan pendapatan daerah. Misi utama UKM sesungguhnya untuk pemerataan kesempatan berusaha dan bekerja bagi masyarakat. Sedangkan kontribusi UKM bagi perekonomian negara adalah: *Pertama*, UKM merupakan basis usaha yang mampu bertahan dari badai krisis ekonomi 1997. *Kedua*, Sektor UKM sangat potensial menyerap tenaga kerja. *Ketiga*, UKM berperan memberi kontribusi dalam struktur perekonomian nasional. Dengan demikian, UKM yang merupakan bagian dari ekonomi rakyat telah menjadi salah satu dari kekuatan pembangunan ekonomi nasional. UKM membentuk proporsi yang signifikan dari jumlah perusahaan di kebanyakan negara, di Amerika Serikat dari 5,5 juta usaha yang telah berjalan ternyata 95% adalah merupakan usaha

kecil, di wilayah Eropa lebih dari 99% perusahaan yang ada adalah UKM. Selain itu, UKM juga berkontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) dan bertindak sebagai sumber inovasi dan penciptaan lapangan kerja (Vajjhala, 2013).

Agar UKM tetap mampu berkontribusi terhadap perekonomian maka daya saing UKM perlu ditumbuhkembangkan. Mengingat pentingnya peran UKM terhadap perekonomian negara, maka kelangsungan hidup dan daya saing perlu dijaga dan diupayakan. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi kinerja UKM sehingga untuk menumbuhkan daya saing tersebut maka UKM dituntut untuk memiliki kemampuan terkait pemasaran, inovasi dan pembelajaran (*marketing, innovation and learning capabilities*) (Sok, O' Cass & Sok, 2013). Salah satu cara adalah dengan menumbuhkan kemampuan pemasaran UKM. Kemampuan pemasaran adalah kunci keberhasilan organisasi melalui tekad dan kepuasan dari kebutuhan, keinginan dan aspirasi target pasar. Kemampuan pemasaran sebagai budaya dimana organisasi berusaha untuk menciptakan nilai unggul bagi pelanggan dengan berfokus pada kebutuhan pelanggan dan profitabilitas jangka panjang UKM sebagai aspek dari kemampuan inovasi. Selain itu UKM juga harus memiliki kemampuan pemasaran unggul dan daya saing supaya bisa membawa produknya lebih cepat ke pasar dan dapat melayani pelanggan dengan lebih baik (Vorhies & Morgan, 2005; O'Dwyer *et al.*, 2009). Terkait hubungan antara kemampuan pemasaran dengan kinerja UKM yang dilakukan oleh Gaur *et al.*, (2011) di India menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara

kemampuan pemasaran dengan kinerja UKM. Hal ini dapat dijelaskan bahwa UKM dengan orientasi kemampuan pemasaran pasar yang solid mampu menghasilkan margin keuntungan yang lebih tinggi daripada UKM dengan orientasi kemampuan pemasaran yang lemah. Sejalan dengan hasil penelitian tersebut, Li *et al.*, (2008) menyatakan bahwa kemampuan pemasaran memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan kinerja UKM dan menunjukkan bahwa kemampuan pemasaran perusahaan yang kecil dapat mendorong perusahaan untuk melayani kebutuhan pelanggan dan mencapai kinerja yang lebih tinggi. Hasil tersebut juga dikuatkan oleh Laukkanen *et al.*, (2013) yang menyatakan bahwa kemampuan pemasaran dapat menciptakan dan mempertahankan nilai pelanggan yang unggul dan responsif terhadap informasi perkembangan pasar.

Selain kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi merupakan kunci untuk mendukung daya saing UKM. Kemampuan inovasi adalah kontributor kunci untuk kinerja UKM dalam pengembangan proses produk unggulan untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan pelanggan. Kapasitas untuk berinovasi UKM merupakan salah satu dinamika paling penting yang memungkinkan UKM dapat mencapai tingkat daya saing yang tinggi di pasar nasional. Dengan demikian, mempromosikan dan mempertahankan kemampuan inovasi harus ditingkatkan dengan pendekatan saat ini sebagai petunjuk praktis bagi UKM untuk berinovasi agar dapat membantu kemampuan UKM dalam pengembangan produk unggulan untuk meningkatkan kinerjanya (Saunila, 2016). Hal ini merupakan kelanjutan kemampuan inovasi dalam pengumuman

sebuah produk baru dapat dianggap sebagai indikator kinerja UKM untuk dapat diukur dengan memasukkan kegiatan inovasi seperti investasi R&D, paten, dan produk baru. Namun, kedua indikator tidak bisa untuk mengukur inovasi dalam layanan bisnis serta dalam industri perangkat lunak yang membentuk sebagian besar UKM di Malaysia, khususnya di Penang (Caloghirou *et al.*, 2004). UKM bisa mendapatkan keuntungan dari pengukuran kinerja ketika meningkatkan kemampuan inovasinya yang meliputi: kepemimpinan dan manajemen, tugas motivasi serta kualitas dan kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Franco & Bourne, 2003; Laitinen, 2003; Bourne *et al.*, 2005; Ukko *et al.*, 2008). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Saunila *et al.*, (2012) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kemampuan inovasi dengan kinerja UKM. Hal tersebut menjelaskan bahwa kontribusi kemampuan inovasi yang berbeda juga akan mempengaruhi kinerja ekonomi organisasi secara berbeda. Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Oke *et al.*, (2007) menunjukkan hubungan positif antara kemampuan inovasi dengan kinerja UKM. Hal ini berarti bahwa kemampuan inovasi telah diakui di struktural kerangka pengukuran kinerja dan dianggap sebagai penentu kinerja aktual.

Selanjutnya, kemampuan belajar tentang pengetahuan baru untuk melakukan kegiatan usaha sangat diperlukan sebagai indeks yang signifikan daya saing UKM. Kemampuan pembelajaran adalah kemampuan kunci untuk UKM dalam upaya mencapai kinerja yang unggul (Newbert, 2007; Vorhies *et al.*, 2009). Dengan demikian kemampuan pembelajaran merupakan sumber

penting dari keunggulan kompetitif suatu UKM dan telah didefinisikan sebagai kontribusi inovasi produk dan proses untuk kinerja perusahaan. Pengukuran kinerja UKM saat ini dipandang sebagai proses yang komprehensif, yang berarti bahwa semua hal yang terjadi dalam organisasi dianggap berdampak pada kinerja organisasi. Penciptaan nilai pelanggan yang unggul secara langsung terkait dengan kinerja yang unggul itu merupakan prasyarat untuk keunggulan kompetitif dan kinerja UKM. Hal tersebut meliputi kepemimpinan dan manajemen, tugas motivasi, kualitas operasi dan kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan karyawan (Chang & Caloghirou, 2004). Terkait kemampuan pembelajaran UKM, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh positif terhadap kinerja UKM. Misal penelitian yang dilakukan oleh Lin Peng & Kao (2008) menunjukkan bahwa kemampuan meningkatkan pembelajaran bagi perusahaan yang berorientasi pasar yang bertujuan mempertahankan keunggulan kompetitif, meningkatkan pembelajaran organisasi dan melaksanakan strategi inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM.

Kinerja UKM merupakan kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak timbulnya hasrat untuk melakukan kegiatan. Kinerja UKM dapat mendorong seseorang menjadi giat dalam melakukan sesuatu yang telah menarik perhatiannya. Dalam proses kinerja ini, kemampuan konsumen berkaitan erat dengan motif yang dimilikinya untuk memakai ataupun membeli produk tertentu.

UKM memiliki karakter yang berbeda dengan perusahaan besar. Misal UKM dijalankan oleh manajemen pribadi dengan sedikit devolusi kewenangan. UKM memiliki keterbatasan sumber daya dalam hal manajemen dan tenaga kerja serta keuangan dan biasanya tergantung pada sejumlah kecil pelanggan dan beroperasi di pasar terbatas. Di sisi lain, UKM juga mungkin memiliki struktur datar dan fleksibel, potensi tinggi, mentalitas reaktif, informal dan strategi dinamis (Hudson *et al.*, 2007). Karakter lain adalah karena ukurannya yang relatif kecil, UKM memiliki kelebihan dalam pengambilan keputusan yang lebih cepat, kemauan untuk mengambil risiko dan fleksibilitas dalam merespon peluang pasar. Kelebihan ini menyeimbangkan beberapa kelemahan UKM, termasuk keterbatasan sumber daya dan kemampuan inovasi UKM.

Dewasa ini konsumen semakin kritis dalam menanggapi berbagai macam produk yang muncul di pasaran. Konsumen mempunyai keinginan yang bermacam-macam terhadap produk yang dibutuhkan sehingga kinerja UKM harus tepat dalam menyatukan program kemampuan pemasaran, inovasi dan pembelajaran ke segmen yang dituju agar dapat meraih pasar yang luas. Hal tersebut dimaksudkan agar UKM dapat melaksanakan kinerjanya yaitu kegiatan pemasaran dengan lebih baik dan dapat menggunakan sumber-sumber pemasaran secara lebih efisien. Dengan demikian, kinerja UKM memiliki segmentasi pasar serta manfaat yang besar karena UKM dapat bersaing dalam segmen pasar tertentu.

Dalam konteks Indonesia, beberapa penelitian yang mengkaitkan kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran

serta pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap kinerja UKM sudah pernah dilakukan. Sebagai contoh penelitian yang dilakukan oleh Sismanto (2012) yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari peran orientasi pembelajaran, orientasi pasar dan inovasi terhadap kinerja pemasaran UKM produk makanan di Provinsi Bengkulu. Selain itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Elwisam (2019) membuktikan bahwa inovasi produk kreatif dan strategi pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM di Tangerang Selatan Banten. Kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh Nur Azizah *et al.*, (2017) membuktikan bahwa kompetensi pengetahuan pemasaran, orientasi kewirausahaan, kapabilitas pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM perikanan di Kota Malang Jawa Timur. Kinerja UKM merupakan suatu perhitungan tentang prestasi yang dicapai oleh UKM dalam waktu tertentu. Untuk mengetahui kinerja UKM diperlukan waktu yang panjang untuk menganalisisnya agar diperoleh hasil yang memuaskan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sismanto (2012) hanya berfokus pada satu subjek penelitian yaitu menggunakan UKM produk makanan di Provinsi Bengkulu sehingga gambaran UKM dalam bidang lain tidak terwakili. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa inovasi dapat ditingkatkan melalui orientasi pembelajaran dan orientasi pasar, dimana inovasi produk dan keunggulan bersaing yang dihasilkan dapat meningkatkan kinerja pemasaran. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Elwisam (2019) menunjukkan hasil yang kontradiktif antar variabel dan berbeda dengan hasil penelitian mayoritas studi

sebelumnya. Variabel orientasi pasar memiliki peran yang negatif, sementara inovasi produk kreatif dan strategi pemasaran memiliki peran yang positif terhadap kinerja pemasaran. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afzal (2009), membuktikan bahwa kemampuan pemasaran mempengaruhi kinerja pada perusahaan yang ada di Pakistan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nur Azizah *et al.*, (2017) hanya memfokuskan pada UKM di bidang perikanan sehingga gambaran tentang pengaruh kemampuan pemasaran, inovasi dan pembelajaran terhadap kinerja usaha pada berbagai bidang UKM tidak tergambarkan.

Berdasarkan analisis pada beberapa studi terdahulu, maka penelitian ini bertujuan untuk menutup celah penelitian tersebut terutama berkaitan dengan implementasi kemampuan pemasaran, inovasi dan pembelajaran serta pengaruhnya pada kinerja UKM di berbagai bidang atau jenis UKM. Kebaruan penelitian yang dibangun dalam penelitian ini bersifat *incremental* dalam konteks Indonesia. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Terziovski (2010) membuktikan bahwa kinerja UKM di sektor manufaktur cenderung meningkat signifikan yang didukung oleh kemampuan inovasi. Sedangkan pada penelitian ini hanya menggunakan variabel kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran untuk mengukur kinerja UKM sehingga kesimpulannya tidak akan berlaku pada alat ukur yang lain.

Penelitian ini merupakan perluasan (*extension*) dari penelitian yang dilakukan oleh Sok, O'Cass & Sok (2013) yang akan diujikan pada UKM di

wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Fokus penelitian pada UKM di DIY karena DIY dikenal sebagai rumah bagi banyak UKM di Indonesia.

II. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh kemampuan pemasaran terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY.
2. Untuk menguji pengaruh kemampuan inovasi terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY.
3. Untuk menguji pengaruh kemampuan pembelajaran terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY.
4. Untuk menguji pengaruh kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran secara simultan terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY.

III. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kemampuan pemasaran berpengaruh terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY?

2. Apakah kemampuan inovasi berpengaruh terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY?
3. Apakah kemampuan pembelajaran berpengaruh terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY?
4. Apakah kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran secara simultan terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY?

IV. MANFAAT PENELITIAN

a. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai panduan bagi pengelola atau manajer UKM tentang strategi terkait kemampuan pemasaran, pengelolaan kemampuan inovasi, dan kemampuan pembelajaran yang dapat berdampak positif terhadap kinerja UKM.

b. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap pengayaan literatur yang berkaitan dengan kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran terhadap kinerja UKM dalam konteks negara berkembang yaitu Indonesia, yang mungkin berbeda dengan UKM dalam konteks di negara maju.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Definisi Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

UKM memiliki beberapa definisi yang berbeda-beda yang mengacu pada kriteria lembaga atau instansi maupun peraturan perundang-undangan. Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UKM berdasarkan penggunaan jumlah tenaga kerja pada setiap unit usaha. Usaha kecil memiliki jumlah tenaga kerja 5 sampai dengan 19 orang. Sedangkan usaha menengah memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang.

Sedangkan pengertian UKM menurut UU 20/2008 yang membahas tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menetapkan batasan tentang kriteria UKM usaha mikro memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Sedangkan kriteria usaha kecil adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

Kriteria usaha menengah adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

2.2 Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Kinerja UKM dalam arti sempit sering diartikan sebagai profitabilitas. Pengertian profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari operasinya. Pada umumnya pengukuran terhadap profitabilitas tersebut menggunakan rasio keuangan (Munawir, 2011).

Kinerja UKM merupakan langkah yang strategis dalam meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian dari sebagian terbesar rakyat Indonesia, khususnya melalui penyediaan lapangan kerja dan mengurangi kesenjangan dan tingkat kemiskinan. Dengan demikian upaya untuk meningkatkan kinerja UKM harus terencana, sistematis dan menyeluruh baik pada tataran makro, meso dan mikro yang meliputi: 1) Penciptaan iklim usaha dalam rangka membuka kesempatan berusaha seluas-luasnya serta menjamin kepastian usaha disertai adanya efisiensi ekonomi, 2) Pengembangan sistem pendukung usaha bagi UKM untuk meningkatkan akses kepada sumber daya produktif sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang terbuka dan potensi sumber daya lokal yang tersedia, 3) Pengembangan kewirausahaan dan

keunggulan kompetitif UKM, dan 4) Pemberdayaan usaha skala mikro untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang bergerak dalam kegiatan usaha ekonomi di sektor informal yang berskala usaha mikro terutama yang masih berstatus keluarga miskin (Widodo, 2013).

Kinerja UKM terdiri dari finansial dan non finansial. Kelompok pertama menyangkut kinerja finansial adalah termasuk profitabilitas, laba atas investasi, dan harga saham. Berikutnya kelompok kedua menyangkut kinerja non finansial adalah pangsa atau pertumbuhan (Munawir, 2011). Menurut Varadarajan (2009) bahwa kinerja finansial sangat penting untuk kelangsungan hidup, pertumbuhan dan profitabilitas organisasi. UKM bertindak sebagai prasyarat dan fasilitator untuk penggunaan yang efisien produk teknis dan inovasi proses, dan oleh karena itu UKM adalah sumber kompetitif keuntungan. Kinerja UKM sendiri berdampak pada kinerja non finansial yang berkaitan dengan produktivitas, waktu tunggu, kualitas, dan fleksibilitas (Armbruster *et al.*, 2008).

Oleh karena itu, pembahasan tentang pembangunan berkelanjutan di dalam UKM difokuskan pada lingkungan dan dimensi ekonomi tentang langkah-langkah kinerja keberlanjutan (Wang *et al.*, 2015). Dalam penelitian ini kinerja UKM akan diukur berdasarkan kinerja keuangan dan kinerja operasional. Dalam studi ini variabel kinerja UKM mengikuti item yang dimodifikasi dari studi yang dilakukan oleh Minna (2014).

Menurut Calantone *et al.*, (2002) inovasi adalah penentu paling penting dari kinerja organisasi. Tidd (2001) membagi ukuran yang digunakan untuk membuktikan hubungan antara inovasi dan kinerja bisnis, menjadi dua kategori.

Kelompok pertama menyangkut kinerja akuntansi dan keuangan, yang meliputi profitabilitas, laba atas investasi, dan harga saham. Kelompok kedua menyangkut kinerja pasar, misalnya pangsa atau pertumbuhan (Tidd, 2001). Beberapa studi telah meneliti hubungan antara inovasi dan kinerja perusahaan (Calantone *et al.*, 2002; Cainelli *et al.*, 2004; Keskin, 2006; Bowen *et al.*, 2010; Jimenez-Jimenez dan Sanz-Valle, 2011) dan mendukung gagasan bahwa inovasi adalah pendorong utama kesuksesan perusahaan.

2.3 Kemampuan Pemasaran dan Kinerja UKM

Kemampuan pemasaran diartikan sebagai budaya organisasi yang paling efektif menciptakan perilaku yang diperlukan untuk penciptaan nilai superior bagi pembeli sehingga dapat menciptakan kinerja unggul berkelanjutan (Narver & Slater, 1990). Terkait kemampuan pemasaran, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh positif terhadap kinerja UKM. Misal penelitian yang dilakukan oleh Morgan *et al.*, (2009) menyatakan bahwa kemampuan pemasaran dapat didefinisikan sebagai aset pengetahuan berbasis pasar yang merupakan kunci ketika pandangan berbasis sumber daya diterapkan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ngo & O'Cass (2012) menunjukkan bahwa kemampuan pemasaran dipandang sebagai sumber daya tidak berwujud, menekankan kemampuan perusahaan untuk memberikan informasi pasar terkait dari proses keduanya yaitu pelanggan dan pesaing.

Selain itu, hasil positif dari kemampuan pemasaran telah didukung baik secara konseptual dan empiris. Perusahaan harus mengembangkan kemampuan

untuk memasarkan produk atau jasa baru. Baldwin (1995) dalam sebuah penelitian di Kanada menyimpulkan bahwa UKM akan menjadi inovatif ketika memberikan lebih menekankan pada pengembangan kemampuan pemasaran, keuangan, produksi dan sumber daya manusia. Kemampuan pemasaran dalam penelitian ini mengacu pada kemampuan perusahaan untuk mengembangkan berbagai hal yang terkait dengan pemasaran produk, termasuk: distribusi dan jaringan promosi. Studi yang dilakukan oleh Weerawardena (2003) menyimpulkan bahwa ada efek yang sangat kuat dari kemampuan pemasaran terhadap kinerja UKM.

Dalam mengukur variabel kemampuan pemasaran, penelitian ini mengacu pada dimensi dari identifikasi yang dikemukakan oleh Sok, O'Cass & Sok (2013) yang merangkum beberapa isu seperti penentuan harga produk, pengujian pasar, distribusi produk, periklanan dan promosi, pemasaran produk baru, peluncuran produk baru, strategi pemasaran.

Atas dasar hal tersebut dapat dijelaskan bahwa UKM mampu menempatkan dan menjadi perhatian yang besar, mampu menawarkan layanan yang ramah dengan harga produk yang telah ditetapkan serta memenuhi produk unggulan sebagai dasar untuk mencapai kinerja UKM. Hasil tersebut didukung oleh hasil penelitian Kirca *et al.*, (2005) yang menyimpulkan bahwa kemampuan pemasaran memiliki pengaruh positif pada kinerja UKM. Selain itu, hasil penelitian Pelham (2000) mendefinisikan bahwa kemampuan pemasaran yang tinggi mempengaruhi keunggulan kompetitif dan kelangsungan hidup kinerja UKM kecil.

Hasil tersebut juga didukung penelitian yang dilakukan oleh Vorhies dan Morgan (2005) yang meneliti kemampuan pemasaran terhadap kinerja UKM bahwa aktivitas pemasaran perusahaan jauh lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain skala 7 poin banding 1. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Kemampuan pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja UKM.

2.4 Kemampuan Inovasi dan Kinerja UKM

Kemampuan inovasi adalah aspek yang mempengaruhi kemampuan organisasi untuk mengelola inovasi (Saunila dan Ukko, 2012). Kemampuan inovasi menurut Hult *et al.*, (2004) menggambarkan sebuah proses yang dimulai dengan sebuah ide, hasil pengembangan atau temuan serta pengenalan produk baru, proses dan jasa baru di pasar. Dalam proses inovasi suatu perusahaan secara bertahap membentuk praktek-praktek dan keyakinan sendiri dalam menanggapi informasi. Artinya, ketika mengembangkan produk baru inovasi lebih tertarik dalam keyakinan dan praktik yang telah membawa kesuksesan terhadap produknya. Hal tersebut menunjukkan bahwa inovasi produk telah terbukti menjadi tidak praktis. Seiring kemajuan kegiatan inovasi, proses pengembangan dapat menjadi praktik dan keyakinan yang ada untuk menilai, menerima pasar baru serta teknologi baru dengan nilai pengetahuan baru (Akgün *et al.*, 2007).

Atas dasar definisi tersebut, maka kemampuan inovasi setidaknya memiliki ciri-ciri sebagai berikut (Neely *et al.*, 2001; Lawson & Samson, 2001; Laforet, 2011):

1. Kemampuan inovasi mengacu pada potensi atau kemampuan untuk inovasi produk.
2. Kemampuan inovasi adalah kemampuan internal.
3. Kemampuan inovasi membutuhkan perbaikan secara terus-menerus
4. Kemampuan inovasi bertujuan untuk menambah nilai.

Berdasarkan uraian dan definisi tersebut di atas maka kemampuan inovasi dalam penelitian ini diartikan sebagai kemampuan internal yang bertujuan untuk menggambarkan faktor penentu yang mempengaruhi kemampuan organisasi untuk mencapai inovasi secara terus menerus dan menambah nilai bagi organisasi serta para pemangku kepentingan yang lain. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saunila Minna (2014) yang menyatakan bahwa kemampuan inovasi didefinisikan sebagai aspek kemampuan suatu perusahaan dalam mempengaruhi kemampuan organisasi untuk mencapai inovasi. Dalam mengukur variabel kemampuan inovasi, penelitian ini mengacu pada dimensi dari identifikasi yang dikemukakan oleh Saunila Minna (2014) yaitu:

1. Budaya kepemimpinan partisipatif.
2. Kreasi ide dan pengorganisasian struktur.
3. Iklim kerja dan faktor kesejahteraan.
4. Faktor pengembangan pengetahuan.
5. Regenerasi.
6. Faktor pengetahuan eksternal.
7. Faktor individu karyawan.

Jadi, kemampuan inovasi yang tinggi mempengaruhi kinerja UKM dan mendorong inovasi yang berkelanjutan. Kemampuan inovasi sendiri bukanlah membangun identifikasi secara terpisah. Kemampuan ini terdiri dari memperkuat praktek dan proses dalam perusahaan. Sehingga pendekatan pengukuran kinerja untuk kemampuan inovasi di UKM adalah mekanisme kunci untuk merangsang, mengukur dan memperkuat inovasi. Inovasi produk adalah hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan, mengingat strategi ini berkaitan erat dengan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Hasil empiris yang dilakukan O'Cass dan Sok (2014) menunjukkan bahwa ketika kombinasi sumber daya intelektual, kemampuan inovasi produk, sumber daya reputasi dan kemampuan pemasaran tinggi, maka kinerja UKM dapat ditingkatkan. Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Sulistyono dan Siyamtinah (2016) membuktikan bahwa kemampuan inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM tenun Troso di Jepara. Hasil penelitian tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Al-Khowarizmi dan Nyoman Kerti Yasa (2016) yang membuktikan bahwa kemampuan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM sektor industri makanan di Kota Denpasar. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Kemampuan inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja UKM.

2.5 Kemampuan Pembelajaran dan Kinerja UKM

Kemampuan pembelajaran organisasi diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan, memperoleh, mentransfer, mengintegrasikan pengetahuan dan menumbuhkan perilaku untuk mencerminkan situasi kognitif baru dengan tujuan meningkatkan kinerja organisasi (Jerez -Gomez, Cespedes-Lorente, & Valle-Cabrera, 2005). Definisi kemampuan pembelajaran yang hampir sama juga dirumuskan oleh Hsu dan Fang (2009) yaitu kemampuan organisasi untuk menyerap dan mengubah pengetahuan baru dan menerapkannya pada pengembangan produk baru dengan keunggulan kompetitif dan kecepatan produksi tinggi.

Kemampuan pembelajaran organisasi bertindak sebagai fasilitator proses pembelajaran organisasi (Goh & Richards, 1997), organisasi dipahami sebagai sumber daya berwujud dan tidak berwujud, seperti keterampilan yang bertindak sebagai cara mempromosikan keunggulan kompetitif, dan hal tersebut memungkinkan proses pembelajaran organisasi (Alegre & Chiva, 2008). Hsu dan Fang (2009) menjelaskan bahwa kemampuan pembelajaran organisasi dipahami sebagai kemampuan organisasi untuk menyerap dan mengubah pengetahuan baru dan menerapkannya pada pengembangan produk baru dengan keunggulan kompetitif dan kecepatan produksi tinggi.

Selain itu, Chiva *et al.* (2007) percaya bahwa kemampuan pembelajaran organisasi adalah fitur organisasi sekaligus manajerial yang memfasilitasi proses pembelajaran dalam organisasi. Organisasi harus mengembangkan mekanisme dan praktik yang mendukung atau mempromosikan penciptaan pengetahuan

organisasi. Mekanisme ini mencakup sosialisasi, internalisasi dan eksternalisasi, serta semua praktik manajemen yang membangun iklim yang kondusif untuk pembelajaran (Mbengue & Sané, 2013). Praktik-praktik ini adalah inti dari kapabilitas pembelajaran organisasi, yang dapat didefinisikan sebagai seperangkat praktik manajemen yang memfasilitasi proses pembelajaran, atau, sebagai serangkaian mekanisme yang meningkatkan kemampuan organisasi untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja (Alegre & Chiva, 2008; Mbengue & Sané, 2013).

Menurut Huizingh & Lichtenthaler (2011), kontribusi teoritis yang modern ini adalah kemampuan dasar yang berguna untuk melakukan pembelajaran penelitian empiris selanjutnya tentang bagaimana kinerja perusahaan-perusahaan. Hal tersebut sesuai konsep “strategi inovasi terbuka” diperkenalkan oleh Chesbrough (2003) yaitu memungkinkan adanya transfer pengetahuan baik ke dalam maupun luar yang dapat diintegrasikan serta membawa ide-ide dari manajemen teknologi (misalnya, eksternal akuisisi teknologi) secara bersama-sama dengan pegawai dari pengembangan produk baru. Disebutkan bahwa kemampuan pembelajaran dapat memberikan manfaat bagi UKM yaitu:

1. Memperbaiki produktifitas dan kinerja.
2. Pengawasan operasi internal yang lebih besar.
3. Kemungkinan cara-cara baru dalam pengelolaan.
4. Kemungkinan bentuk organisasi yang baru.
5. Nilai tambah terhadap paket produk atau layanan.

6. Membuka pasar yang lebih luas.

Variabel kemampuan pembelajaran dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator yang mengacu pada pendapat yang dikemukakan oleh Sok, O'Cass & Sok (2013) yaitu:

1. Pelatihan dan pendidikan.
2. Pengetahuan baru.
3. Dialog.

Pada dasarnya pembelajaran organisasi adalah pengembangan pengetahuan atau wawasan yang mempunyai potensi untuk mengetahui perilaku. Pembelajaran UKM muncul ketika orang dalam UKM bertindak sebagai *learning agent* yaitu dengan merespon perubahan yang terjadi pada lingkungan sekitar perusahaan mendeteksi dan mengoreksi kesalahan yang terjadi dalam praktek serta mempertajam fungsi-fungsi UKM. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sismanto (2006) yang membuktikan bahwa orientasi pembelajaran berpengaruh positif terhadap kinerja UKM, bahwa semakin tinggi orientasi pembelajaran maka semakin tinggi pula produk yang dihasilkan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Kemampuan pembelajaran berpengaruh positif terhadap kinerja UKM.

2.6 Interaksi Hubungan Antara Kemampuan Pemasaran, Kemampuan Inovasi, Kemampuan Pembelajaran dan Kinerja UKM

Sanz-Valle & Jimenez-Jimenez (2011) mengatakan bahwa kemampuan inovasi suatu perusahaan dapat berdampak pada kinerja yaitu kemampuan inovasi dipandang sebagai faktor penyumbang kinerja yang lebih tinggi pada sejumlah sector industri dan dapat memperkuat daya saing keuntungan dari perusahaan serta membantu perusahaan bertahan di pasar. Kinerja UKM terkadang tidak mengenali peluang dan keuntungan yang tersedia di pasar termasuk fleksibilitas UKM menyesuaikan produk dan layanan untuk kebutuhan pelanggan (O'Regan *et al.*, 2006). Beberapa hasil penelitian yang terkait dengan kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran dalam mempengaruhi kinerja UKM telah dilakukan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Freel (2000) yang membuktikan bahwa terdapat hubungan positif antara kemampuan pemasaran dan kemampuan inovasi terhadap kinerja. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Keskin (2006) menyatakan bahwa UKM dengan kemampuan inovatif dan kemampuan belajar dapat meningkatkan kinerja UKM. Menurut pendapat Otero-Neira *et al.*, (2009) kemampuan inovasi, kemampuan pemasaran dan pembelajaran yang positif dapat mempengaruhi kinerja perusahaan berdasarkan jenis-jenis inovasi yang dikembangkan. Kemampuan pemasaran UKM dengan melayani pasar yaitu menjalin kontak dekat dengan pelanggannya dan hal tersebut bisa dicapai apabila memiliki kinerja UKM yang tinggi dengan berfokus pada kelompok produk-produk tertentu (Adams & Hall, 1993). Hal tersebut saling memperkuat hubungan

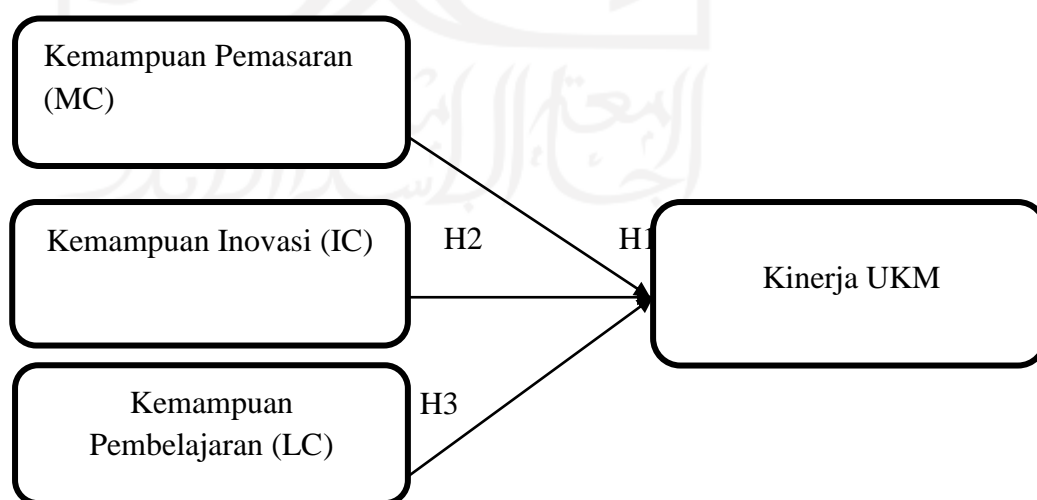
antara kemampuan pemasaran dan kemampuan inovasi terhadap kinerja UKM. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa dalam kemampuan pemasaran dan kemampuan pembelajaran terhadap berbagai literatur serta hubungan antara kemampuan inovasi dan kinerja yang dimiliki menghasilkan hasil yang konsisten dalam perusahaan kecil dan menengah.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Weinzimmer *et al.*, (1998) yang menyatakan bahwa perputaran (perubahan menjadi baik positif atau negatif) diyakini menawarkan kemudahan tapi indikator yang dapat diandalkan seberapa baik kinerja adalah melakukan kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran secara optimal. Pertumbuhan omset mungkin disebabkan berbagai alasan yaitu harga yang lebih tinggi dibebankan pada pelanggan, peningkatan pangsa pasar atau bagian yang lebih besar dari omset atau semuanya secara bersama-sama. Menurut pendapat Weinzimmer *et al.*, (1998) bahwa menggunakan pertumbuhan omset terhadap peningkatan jumlah karyawan atau aset perusahaan sebagai indikator pertumbuhan sangat dianjurkan. Hal yang perlu ditekankan terkait dengan kinerja UKM adalah bahwa UKM dapat tumbuh (dalam hal penjualan) meskipun mungkin tidak ada perubahan jumlah karyawan atau jumlah aset tetapi mengoptimalkan kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran sehingga apabila UKM menaikkan harga maka jumlah karyawan dan aset tetap sama. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Interaksi antara kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran bersama-sama berpengaruh positif terhadap kinerja UKM.

2.7 Kerangka Konsep Penelitian

Gambar 2.1 menunjukkan kerangka konseptual dalam penelitian ini. Kerangka konseptual tersebut merupakan perluasan (*extension*) dari penelitian yang dilakukan oleh Sok, O’Cass & Sok (2013). Analisis pertama untuk menguji kemampuan pemasaran terhadap kinerja UKM. Kedua untuk menguji kemampuan inovasi terhadap kinerja UKM. Ketiga untuk menguji pengaruh kemampuan pembelajaran terhadap kinerja UKM. Keempat untuk menguji pengaruh kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran secara simultan terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY. Tahapan-tahapan tersebut di tunjukkan pada gambar 2.1 sebagai berikut:



Sumber: Diadopsi dari Sok, O’Cass dan Sok (2013)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi Dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi atau studi populasi atau studi sensus (Sugiyono, 2016).

Jadi populasi bukan hanya orang tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi karakteristik/sifat yang dimiliki oleh objek/subjek itu (Arikunto, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah UKM di DIY.

2. Sampel

Sampel adalah bagian atau jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, maka peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil harus representatif. Metode sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* dengan teknik

pengambilan sampel *convenience*, dimana sampel yang diambil berdasarkan ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya (Simamora, 2015).

Dalam penelitian ini, pengambilan jumlah sampel didasarkan pada hasil perhitungan minimum menurut Hair *et al.*, (2010) yaitu:

$$(\text{Jumlah indikator} + \text{jumlah variabel laten}) \times (\text{estimated parameter})$$

Berdasarkan rumusan tersebut, maka jumlah sampel minimum penelitian ini adalah:

$$(40+4) \times 4 = 176 \text{ responden}$$

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel minimum pada penelitian ini adalah 176 responden untuk menghindari kuesioner yang tidak kembali, maka penelitian ini akan mengambil sampel sebesar 180 responden. Penelitian ini akan menggunakan subjek penelitian dengan kriteria yaitu karyawan, pengelola dan/atau pemilik UKM yang ada di Kota Yogyakarta.

3.2 Data dan Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sumber data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari nara sumber yang langsung berhubungan dengan penelitian dan mampu memberikan informasi. Adapun data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari penyebaran angket kepada subjek penelitian. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan:

1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dimana partisipasi/responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden.

2. Skala Pengukuran

Untuk mengukur data primer, maka peneliti menyebarkan kuesioner yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian kepada responden. Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala Likert. Skala tersebut biasa digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tertentu dengan menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap subjek, objek atau kejadian tertentu. Pada penelitian ini jawaban kuesioner menggunakan skala Likert yang mempunyai gradasi dari sangat tidak setuju dengan skor 1, tidak setuju dengan skor 2, Netral dengan skor 3, setuju dengan skor 4 dan terakhir sangat setuju dengan skor

5. Berikut tabel skor penilaian skala likert:

Tabel 3.1 Skor Penilaian

No	Kategori	Skala
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

3.3 Identifikasi Variabel Penelitian

1. Hipotesis 1 dalam penelitian ini adalah kemampuan pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja UKM. Untuk membuktikan secara empiris hipotesis 1, maka variabel yang akan diukur adalah:

Variabel Bebas : Kemampuan Pemasaran

Variabel Tergantung : Kinerja UKM

2. Hipotesis 2 dalam penelitian ini adalah kemampuan inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja UKM. Untuk membuktikan secara empiris hipotesis 2, maka variabel yang akan diukur adalah:

Variabel Bebas : Kemampuan Inovasi

Variabel Tergantung : Kinerja UKM

3. Hipotesis 3 dalam penelitian ini adalah kemampuan pembelajaran berpengaruh positif terhadap kinerja UKM. Untuk membuktikan secara empiris hipotesis 3, maka variabel yang akan diukur adalah:

Variabel Bebas : Kemampuan Pembelajaran

Variabel Tergantung : Kinerja UKM

4. Hipotesis 4 dalam penelitian ini adalah Interaksi antara kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran bersama-sama berpengaruh positif terhadap kinerja UKM. Untuk membuktikan secara empiris hipotesis 4, maka variabel yang akan diukur adalah :

Variabel Bebas : Kemampuan Pemasaran, Kemampuan Inovasi
dan Kemampuan Pembelajaran

Variabel Tergantung : Kinerja UKM

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Kemampuan Pemasaran

Kemampuan pemasaran diartikan sebagai budaya organisasi yang paling efektif menciptakan perilaku yang diperlukan untuk penciptaan nilai superior bagi pembeli sehingga dapat menciptakan kinerja unggul berkelanjutan (Narver & Slater, 1990). Dalam mengukur variabel kemampuan pemasaran, penelitian ini mengacu pada dimensi dari identifikasi yang dikemukakan oleh Sok, O'Cass & Sok (2013). Penjabaran item pada aspek ini yaitu:

- a. UKM kami mampu melakukan pekerjaan terkait penentuan harga produk secara lebih efektif dibandingkan pesaing.
- b. UKM kami mampu melakukan uji pemasaran produk secara lebih baik dibandingkan pesaing.
- c. UKM kami mampu mengeluarkan dan meluncurkan produk secara lebih baik dibandingkan pesaing.
- d. UKM kami mampu melakukan untuk menarik dan mempertahankan distributor terbaik dibandingkan pesaing.
- e. UKM kami mampu melakukan pengembangan program periklanan dan promosi secara lebih baik dibandingkan pesaing.
- f. UKM kami mampu menganalisis informasi pasar secara lebih baik dibandingkan pesaing.
- g. UKM kami mampu melakukan manajemen penjualan produk secara lebih baik dibandingkan pesaing.

- h. UKM kami mampu melakukan pengembangan strategi pemasaran kreatif secara lebih baik dibandingkan pesaing.
- i. UKM kami mampu menerjemahkan strategi pemasaran tindakan secara lebih baik dibandingkan pesaing.

2. Kemampuan Inovasi

Kemampuan inovasi adalah aspek yang mempengaruhi kemampuan organisasi untuk mengelola inovasi (Saunila dan Ukko, 2011). Dalam mengukur variabel kemampuan inovasi, penelitian ini mengacu pada dimensi dari identifikasi yang dikemukakan oleh Saunila Minna (2014) yaitu:

a. Budaya kepemimpinan partisipatif

Dimensi budaya kepemimpinan partisipatif menurut Saunila Minna (2014) adalah suatu cara atau tindakan yang dilakukan oleh pemimpin untuk mempengaruhi orang lain dengan cara persuasif, menciptakan kerja sama yang serasi, menumbuhkan loyalitas, partisipasi para bawahan, dan pemimpin memotivasi bawahan agar merasa ikut memiliki UKM. Penjabaran item pada aspek ini yaitu:

- 1) Manajer di UKM kami selalu mendorong untuk inisiatif agar lebih baik.
- 2) Manajer di UKM kami memberikan umpan balik yang positif kepada karyawan.
- 3) Manajer di UKM kami selalu meneruskan ide karyawan ke tingkat atas organisasi.

- 4) Pengelola (manajemen) berpartisipasi dalam ide, kreasi dan pengembangan demi kemajuan UKM kami.
 - 5) Di UKM kami setiap karyawan mendapat kesempatan praktik untuk mentransfer ilmu pengetahuan dari pemimpin.
 - 6) Di UKM kami, karyawan selalu mendapat penghargaan atas capaian kerjanya.
- b. Kreasi ide dan pengorganisasian struktur

Dimensi kreasi ide dan pengorganisasian struktur menurut Saunila Minna (2014) adalah suatu aktivitas dalam mengelola meliputi ide, kreasi maupun manajemen sebagai dasar suatu sistem organisasi. Penjabaran item pada aspek ini yaitu:

- 1) UKM kami memiliki cara yang jelas untuk memproses dan mengembangkan ide.
- 2) Karyawan mendapatkan umpan balik atas ide mereka.
- 3) Sistem penghargaan yang kami lakukan dapat mendorong kreasi ide-ide baru.
- 4) Kami memiliki instruksi dan orang yang bertanggungjawab atas pengaturan kerja.
- 5) Jumlah beban kerja sudah sesuai.
- 6) Kualitas dan tanggungjawab pekerjaan yang dibebankan sudah sesuai.

c. Iklim kerja dan faktor kesejahteraan

Dimensi iklim kerja dan faktor kesejahteraan menurut Saunila Minna (2014) adalah persepsi seseorang tentang organisasi tempatnya bekerja yang dapat memberikan perubahan terhadap kehidupannya. Penjabaran item pada aspek ini yaitu:

- 1) Kerjasama berjalan baik di UKM kami.
- 2) Karyawan memiliki keberanian untuk menyatakan tidak setuju di UKM kami.
- 3) Karyawan di UKM kami didorong untuk beragam keterampilan.
- 4) UKM kami mengutamakan kesejahteraan bagi karyawan.
- 5) UKM kami memperlakukan sama untuk semua karyawan.

d. Faktor pengembangan pengetahuan

Dimensi faktor pengembangan pengetahuan menurut Saunila Minna (2014) adalah kemampuan yang dibutuhkan untuk melakukan berbagai aktivitas mental berpikir, menalar dan memecahkan masalah. Penjabaran item pada aspek ini yaitu:

- 1) Semua karyawan di UKM kami memiliki kesempatan untuk melanjutkan pendidikan.
- 2) UKM kami mendukung adanya pembelajaran dan pengembangan keahlian.
- 3) UKM kami menempatkan pembelajaran sebagai sebuah investasi, bukan pengeluaran.

e. Regenerasi

Dimensi regenerasi menurut Saunila Minna (2014) adalah jumlah keluaran atau *output* yang dihasilkan oleh karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya. Penjabaran item pada aspek ini yaitu:

- 1) UKM kami senantiasa mencari cara baru dalam menyelesaikan pekerjaan secara aktif.
- 2) UKM kami mendorong cara-cara baru dalam penyelesaian pekerjaan.
- 3) UKM kami memberikan toleransi terhadap kesalahan saat melakukan eksperimen cara baru dalam bekerja.

f. Faktor pengetahuan eksternal

Dimensi faktor pengetahuan eksternal menurut Saunila Minna (2014) adalah faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memperoleh suatu pengetahuan yang berasal dari luar baik sosial maupun non sosial. Penjabaran item pada aspek ini yaitu:

- 1) Komunitas kerja saya mendorong untuk mendapatkan pengetahuan melalui kontak eksternal.
- 2) UKM kami telah mengembangkan cara-cara baru penyelesaian pekerjaan dengan cara melakukan perbandingan dengan UKM lain.
- 3) UKM kami bekerja sama dengan pemangku kepentingan (seperti pelanggan dan lainnya).

g. Faktor individu karyawan

Dimensi faktor individu karyawan menurut Saunila Minna (2014) adalah karakteristik yang melekat pada individu terdiri dari ciri-ciri biografis, kepribadian, persepsi dan sikap. Penjabaran item pada aspek ini yaitu:

- 1) Karyawan di UKM kami mau berpartisipasi dalam pengembangan UKM.
- 2) Mudah bagi karyawan di UKM kami untuk mengadopsi cara-cara baru penyelesaian pekerjaan.
- 3) Karyawan di UKM kami mampu mengkritisi cara-cara penyelesaian pekerjaan yang diterapkan saat ini.

3. Kemampuan Pembelajaran

Kemampuan pembelajaran adalah pengetahuan baik eksternal maupun secara internal yang dapat meningkatkan kinerja UKM, dalam hal ini adalah pengetahuan yang diperoleh dari pelanggan dan hubungan eksternal lainnya (Storey *et al.*, 2016). Dalam mengukur variabel orientasi pasar, penelitian ini mengacu pada dimensi dari identifikasi yang dikemukakan oleh Sok, O'Cass & Sok (2013). Penjabaran item pada aspek ini yaitu:

- a. Menganalisis kebutuhan pelatihan dan pendidikan bagi karyawan di UKM kami.
- b. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan karyawan UKM kami.
- c. Mempelajari pengetahuan baru untuk kelanjutan aktivitas bisnis di UKM kami.

- d. Menganalisis berbagai kegiatan yang dijalankan UKM kami.
- e. Mengkomunikasikan setiap pembelajaran yang dapat di ambil dari pengalaman masa lalu demi kemajuan UKM.

4. Kinerja UKM

Kinerja UKM dalam arti sempit sering diartikan sebagai profitabilitas. Pengertian profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari operasinya. Pada umumnya pengukuran terhadap profitabilitas tersebut menggunakan rasio keuangan (Munawir, 2011). Dalam mengukur variabel kinerja UKM, penelitian ini mengacu pada dimensi dari identifikasi sesuai pendapat Minna (2014). yaitu:

a. Kinerja Keuangan

Dimensi kinerja keuangan menurut Minna (2014) adalah laporan keuangan untuk memberikan informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan ekonomi agar tujuan UKM tercapai. Penjabaran item pada aspek ini yaitu:

- 1) Kondisi keuanganUKM kami selama tiga tahun terakhir (2017, 2018, 2019 atau sebelum terjadinya pandemi).
- 2) Kondisi keuangan UKM kami selama terjadi pandemi Covid-19.

b. Kinerja Penjualan

Penjabaran item pada aspek ini yaitu:

- 1) Kondisi penjualan produk UKM kami selama tiga tahun terakhir (2017, 2018, 2019 atau sebelum terjadinya pandemi).

2) Kondisi penjualan UKM kami selama terjadi pandemi Covid-19.

c. Kinerja Operasional

Dimensi kinerja operasional menurut Minna (2014) adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari operasinya. Penjabaran item pada aspek ini yaitu:

- 1) Kemampuan UKM kami dalam memproduksi produk selama tiga tahun terakhir (2017, 2018, 2019 atau sebelum terjadinya pandemi).
- 2) Kemampuan UKM kami dalam memproduksi produk selama terjadi pandemi Covid-19.

3.5 Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Validitas

Uji validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada proyek yang diteliti, sehingga dapat diperoleh data yang valid. Instrumen dikatakan valid bila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dan mampu mengungkap data yang diteliti secara tepat. Untuk menguji validitas data dalam penelitian ini, dengan melihat output Cronbach Alpha pada kolom *Correlated Item-Total Correlation*. Hal ini dikarenakan hasil analisis korelasi bivariante dan hasil analisis dengan melihat output Cronbach Alpha pada kolom *Correlated Item-Total Correlation* adalah identik karena keduanya mengukur hal yang sama

(Ghozali, 2017). Dengan demikian, untuk menilai validitas skala dibutuhkan sejumlah bukti. Untuk mengevaluasi validitas alat ukur dalam penelitian ini, peneliti akan mengikuti aturan sebagai berikut: (a) skala harus reliabel, (b) konstruk dari butir-butir pernyataan skala harus mencerminkan apa yang diukur. Semakin banyak bukti yang dapat ditunjukkan, maka alat ukur tersebut semakin baik validitasnya. Menurut Priyatno (2012) suatu data dapat dikatakan valid dilakukan dengan memperhatikan sebagai berikut:

- a. Membandingkan nilai r hitung (nilai *pearson correlation*) dengan r tabel (didapat dari tabel r), jika r hitung $>$ r tabel, maka item pertanyaan atau variabel tersebut valid dan jika r hitung $<$ r tabel, maka item pertanyaan tidak valid.
- b. Jika signifikansi $<$ 0,05 maka item valid, tetapi jika signifikansi $>$ 0,05 maka item tidak valid. Adapun langkah-langkah dalam mengukur validitas kuesioner adalah sebagai berikut:
 - Melakukan ujicoba kuesioner dengan meminta 35 responden untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada. Responden dalam penelitian ini adalah karyawan UKM, pihak pemilik UKM dan manager UKM yang dipilih dari 5 UKM yaitu Ebjed Product, Prima Roti, Bakpia Pathok 25, Batik Surya Kencana dan Kerajinan Kistodiharjo.
 - Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban, hasil jawaban dan responden dimasukkan ke dalam tabel tabulasi.

- Menghitung korelasi antar data pada masing-masing pernyataan, dalam hal ini peneliti menggunakan *software SPSS versi 22* untuk menganalisis atau menguji validitas dari kuesioner. Hasil uji validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Pilot Studi 35 Sampel

Item Pertanyaan	Koefisien Validitas (r-hitung)	Signifikansi 5% (r tabel)	Keterangan
Kemampuan Pemasaran			
KP 1	0.929	0.333	Valid
KP 2	0.891	0.333	Valid
KP 3	0.581	0.333	Valid
KP 4	0.907	0.333	Valid
KP 5	0.515	0.333	Valid
KP 6	0.908	0.333	Valid
KP 7	0.804	0.333	Valid
KP 8	0.708	0.333	Valid
KP 9	0.717	0.333	Valid
Kemampuan Inovasi			
KI 1	0.934	0.333	Valid
KI 2	0.941	0.333	Valid
KI 3	0.693	0.333	Valid
KI 4	0.773	0.333	Valid
KI 5	0.728	0.333	Valid
KI 6	0.653	0.333	Valid
KI 7	0.898	0.333	Valid
KI 8	0.941	0.333	Valid

KI 9	0.751	0.333	Valid
KI 10	0.844	0.333	Valid
KI 11	0.851	0.333	Valid
KI 12	0.736	0.333	Valid
KI 13	0.546	0.333	Valid
KI 14	0.745	0.333	Valid
KI 15	0.832	0.333	Valid
KI 16	0.827	0.333	Valid
KI 17	0.943	0.333	Valid
KI 18	0.651	0.333	Valid
KI 19	0.745	0.333	Valid
KI 20	0.876	0.333	Valid
KI 21	0.877	0.333	Valid
KI 22	0.943	0.333	Valid
KI 23	0.641	0.333	Valid
KI 24	0.760	0.333	Valid
KI 25	0.662	0.333	Valid
KI 26	0.803	0.333	Valid
KI 27	0.814	0.333	Valid
KI 28	0.799	0.333	Valid
KI 29	0.734	0.333	Valid
Kemampuan Pembelajaran			
KPB 1	0.857	0.333	Valid
KPB 2	0.799	0.333	Valid
KPB 3	0.851	0.333	Valid

KPB 4	0.736	0.333	Valid
KPB 5	0.546	0.333	Valid
Kinerja UKM			
KU 1	0.707	0.333	Valid
KU 2	0.691	0.333	Valid
KU 3	0.520	0.333	Valid
KU 4	0.617	0.333	Valid
KU 5	0.566	0.333	Valid
KU 6	0.727	0.333	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel kinerja UKM, didapatkan hasil bahwa keseluruhan item memiliki nilai koefisien korelasi $\geq 0,3$. Sehingga keseluruhan item dinyatakan valid dan telah mewakili pengukuran variabel penelitian.

2. Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan ukuran kestabilan dan konsistensi dari konsep ukuran instrumen atau alat ukur sehingga nilai yang diukur tidak berubah dalam nilai tertentu. Data yang reliabel dalam instrumen penelitian berarti data tersebut dapat dipercaya. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach's Coefficient Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,70, maka instrumen dapat dinyatakan reliabel (Ghozali, 2017).

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Pilot Studi 35 Sampel

Variabel	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i> (>70)	Keterangan
Kemampuan Pemasaran	0,883	Reliabel
Kemampuan Inovasi	0,910	Reliabel
Kemampuan Pembelajaran	0,858	Reliabel
Kinerja UKM	0,842	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada setiap alat ukur menunjukkan item pernyataan mempunyai nilai alpha lebih dari 0,70. Dimana hal ini dapat diartikan keseluruhan variabel alat ukur reliabel untuk dijadikan alat ukur pada penelitian ini.

3.6 Alat Analisis

Penelitian ini merupakan jenis penelitian survei yang bersifat menguji pengaruh kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran secara simultan terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terhadap responden yang telah terpilih sebagai sampel. Hasil kuesioner dikumpulkan dan dicatat dalam rangka menganalisa data untuk menguji hipotesis penelitian dan untuk mengetahui kekuatan pengaruh kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran secara simultan terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY. Analisis data dilakukan dengan analisis regresi linier berganda dengan alasan karena melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau prediktor.

Analisis statistik dibagi menjadi dua yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial.

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dapat digunakan apabila peneliti hanya ingin mendeskripsikan data sampel dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel diambil. Statistik deskriptif ini digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi mengenai profil responden yang berasal dari jawaban responden. Suatu analisis yang menggunakan logika untuk menarik kesimpulan yang logis mengenai data-data hasil penelitian yang akan dianalisis. Analisis ini membahas item penelitian dalam kaitannya dengan karakteristik responden (usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, masa kerja di UKM) dan variabel-variabel penelitian. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa statistik deskriptif dimaksudkan untuk melakukan analisis data yang sesuai dengan klasifikasi responden ke dalam persentase (Ghozali, 2017).

2. Statistik Inferensial

Statistik *Inferensial* sering juga disebut statistik *induktif* atau statistik *probabilitas* adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisa data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi serta peneliti ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi. Statistik ini akan cocok digunakan bila sampel diambil dari populasi yang jelas dan teknik pengambilan sampel dari populasi itu dilakukan secara random. Statistik probabilitas, karena kesimpulan yang diberlakukan untuk populasi

berdasarkan data sampel itu kebenarannya bersifat peluang (*probability*). Suatu kesimpulan dari data sampel yang akan diberlakukan untuk populasi itu mempunyai peluang kesalahan dan kebenaran (kepercayaan) yang dinyatakan dalam bentuk prosentase. Bila peluang kesalahan 5% maka taraf kepercayaan 95%, bila peluang kesalahan 1%, maka taraf kepercayaannya 99%. Peluang kesalahan dan kepercayaan ini disebut dengan taraf *signifikansi*. Pengujian taraf signifikansi dari hasil suatu analisis akan lebih praktis bila didasarkan pada tabel sesuai teknik analisis yang digunakan, dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier. Jadi, signifikansi adalah kemampuan untuk digeneralisasikan dengan kesalahan tertentu. Ada hubungan yang signifikan berarti hubungan itu dapat digeneralisasikan. Ada perbedaan yang signifikan berarti perbedaan itu dapat digeneralisasikan.

1. Uji Prasyarat Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran dari hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Secara statistik hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian (statistik). Oleh karena itu dalam statistik yang diuji adalah hipotesis nol "*The null hypothesis is used for testing. It is statement that no different exists between the parameter and statistic being compared*" (Emory, 1985). Jadi hipotesis nol adalah pernyataan tidak adanya perbedaan antara parameter dengan statistik

(data sampel). Lawan dari hipotesis nol adalah hipotesis alternatif yang menyatakan ada perbedaan antara parameter dan statistik. Hipotesis nol diberi notasi H_0 , dan Hipotesis alternatif diberi notasi H_a .

Uji prasarat untuk mengetahui normal tidaknya distribusi data dengan uji normalitas. Untuk menguji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S), dengan ketentuan jika nilai signifikan di atas 0,05 maka data residual terdistribusi normal (Ghozali, 2017). Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dengan uji linieritas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linier, kuadrat atau kubik. Dalam penelitian ini pengujian linearitas menggunakan *Sig Deviation From Linearity* yang terdapat dalam menu *compare means* dalam SPSS *for windows* dengan ketentuan jika nilai sig > 0,05 maka model adalah linier (Ghozali, 2017). Semua pengujian ini dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS versi 22.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Uji Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R^2)

Koefisien korelasi berganda (R) digunakan untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependennya. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sampai seberapa besar persentase variasi variabel bebas pada model dapat menjelaskan variabel terikat. Koefisien determinasi dinyatakan dalam persentase yang nilainya berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Nilai R^2 yang

kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar persentase variasi variabel terikat dapat diterangkan oleh variabel bebas menggunakan *adjusted R square* (Ghozali, 2017).

b. Uji-F

Uji-F digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 secara simultan dengan variabel terikat Y sesuai rumusan hipotesis berikut:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran secara simultan terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY.

H_a : Terdapat terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran secara simultan terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY.

Apabila nilai F hitung lebih besar dari F tabel atau nilai $sig < 0,05$ maka H_a diterima, atau terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran secara simultan terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY.

c. Uji-t

Uji-t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial sesuai rumusan hipotesis berikut:

- 1) Uji signifikansi pengaruh kemampuan pemasaran terhadap kinerja UKM.
- 2) Uji signifikansi pengaruh kemampuan inovasi terhadap kinerja UKM.
- 3) Uji signifikansi pengaruh kemampuan pembelajaran terhadap kinerja UKM.
- 4) Uji signifikansi interaksi antara kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran bersama-sama terhadap kinerja UKM.

Ketentuannya jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau nilai $\text{sig} < 0,05$ maka terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bersifat kuantitatif dimana data yang dihasilkan akan berbentuk angka. Dari data yang didapatkan kemudian dilakukan analisis data. Analisis data yang pertama adalah analisis deskriptif berupa deskripsi atau gambaran data secara keseluruhan. Analisis data yang kedua adalah analisis regresi linier berganda dengan software *SPSS Ver 22*.

Pada bagian ini akan disajikan mengenai hasil penelitian serta analisis data untuk memberikan jawaban dari tujuan penelitian yang telah disebutkan pada bagian sebelumnya. Analisis deskriptif adalah cara penganalisaan data mempergunakan perbandingan yang berhubungan dengan responden menggunakan analisis persentase yaitu metode yang membandingkan jumlah responden yang memilih dari masing-masing pilihan dengan jumlah responden secara keseluruhan dikalikan 100 %.

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah karyawan, pengelola dan/atau pemilik UKM yang ada di Kota Yogyakarta. Penelitian dilakukan pada tanggal 16 November sampai dengan tanggal 1 Desember 2020 dengan menyebarkan kuesioner kepada 180 karyawan, pengelola dan/atau pemilik UKM. Dari hasil penyebaran kuesioner, peneliti mendapatkan 176 responden yang telah memberikan tanggapan terhadap pernyataan dalam kuesioner yang diajukan. Berikut disajikan tabel detail rekapitulasi penyebaran kuesioner.

Tabel 4.1 Rekapitulasi Kuesioner

No	Keterangan	Jumlah
1	Kuesioner disebar	180
2	Kuesioner kembali	176
3	Kuesioner tidak lengkap	4
4	Kuesioner diolah	176

4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dibagi dalam empat kelompok, yaitu berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan masa kerja. Dari kuesioner tersebut diperoleh beberapa karakteristik dari responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

1. Usia

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	Dibawah 30 tahun	24	13.6
2	31 – 40 tahun	45	25.6
3	41 – 50 tahun	96	54.5
4	Diatas 50 tahun	11	6.3
	Total	176	100

Berdasarkan tabel 4.2 tersebut di atas dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar berusia antara 41-50 tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden baik karyawan,

pengelola dan/atau pemilik UKM yang berusia 41-50 tahun lebih banyak yang memilih dan bertahan untuk menjadi karyawan, pengelola dan/atau pemilik UKM karena adanya minat pada usaha yang sedang dijalannya serta memiliki kemampuan dalam menghadapi resiko baik sebagai karyawan, pengelola dan/atau pemilik UKM dan juga diyakini telah memiliki pengalaman yang cukup dalam bidang pekerjaan UKM yang digeluti serta memiliki keyakinan dan keterampilan yang optimis sehingga tetap bertahan.

2. Jenis Kelamin

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-Laki	71	40.3
2	Perempuan	105	59.7
	Total	176	100

Berdasarkan tabel 4.3 tersebut di atas dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah perempuan sebanyak 59,7%. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini memang lebih banyak ditemui karyawan di UKM adalah perempuan karena bentuk pekerjaan kreatif yang mayoritas membutuhkan ketelatenan, kesabaran dan kecenderungan menganggap pekerjaan yang tidak banyak menimbulkan resiko bagi perempuan. Walaupun demikian, tidak menutup kemungkinan bagi laki-laki karena memiliki peluang yang sama dalam

menjalani bentuk pekerjaan yang sesuai dengan minat dan kemampuan yang dimiliki.

3. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1	SMA/SMK Sederajat	112	63.6
2	Diploma	35	19.9
3	Sarjana (S1)	24	13.7
4	Paska Sarjana (S2/S3)	5	2.8
	Total	176	100

Berdasarkan tabel 4.4 tersebut di atas dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah dengan tingkat pendidikan tamat SMA/SMK Sederajat yang berjumlah 63.6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan tamat SMA/SMK Sederajat menyadari dan paham bahwa responden tidak bisa untuk bekerja di instansi yang lebih tinggi dan menuntut pendidikan tamat Sarjana. Selain itu keterbatasan ilmu dan yang dimiliki responden karena tamat SMA/SMK Sederajat dan kemampuan untuk menerima pelatihan yang terbatas menjadikannya sulit bersaing pada pasar. Tetapi hal tersebut dapat diatasi apabila setiap responden terus berusaha mencari ilmu dan informasi serta mau mengikuti pendidikan dan pelatihan bagi karyawan UKM untuk memajukan keterampilannya yang sesuai dengan pasar.

4. Masa Kerja di UKM

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja di UKM

No	Masa Kerja di UKM	Jumlah	Persentase (%)
1	Kurang dari 5 tahun	80	45.5
2	6-10 tahun	59	33.5
3	11-15 tahun	30	17
4	Lebih dari 15 tahun	7	4
	Total	176	100

Berdasarkan tabel 4.5 tersebut di atas dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah memiliki masa kerja di UKM selama kurang dari 5 tahun atau sebesar 45.5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden baik karyawan, pengelola dan/atau pemilik UKM masih merasa belum puas karena baru saja memulai bidang pekerjaannya, sehingga banyak keinginan dan harapan yang besar terhadap bidang pekerjaan di UKM yang digelutinya. Dengan demikian, karyawan cenderung melakukan perubahan atau inovasi untuk memajukan keterampilan atau usahanya dan bisa saja setelah melewati tahun ketiga sebagai karyawan ataupun pihak pengelola dan atau pemilik UKM.

5. Tahun UKM Didirikan

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun UKM Didirikan

No	Tahun UKM Didirikan	Jumlah	Persentase (%)
1	Periode sebelum tahun 2010	11	55
2	Periode tahun 2011-2015	6	30
3	Periode tahun 2016-2019	3	15
	Total	20	100

Berdasarkan tabel 4.6 tersebut di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar UKM didirikan pada periode sebelum tahun 2010 yaitu sebesar 55%. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara umum tujuan dan sasaran yang ingin dicapai dengan didirikannya UKM adalah memperoleh keuntungan dan menghasilkan kualitas produk yang baik. Perkembangan UKM tergantung pada pengelolanya sendiri, apabila pengelola dan atau pemilik UKM dapat mengelola dengan baik maka usaha tersebut akan berhasil tetapi apabila pengelola dan atau pemilik UKM tidak dapat mengelola dengan baik maka UKM yang dijalankan akan gagal dan dapat berhenti.

6. Posisi di UKM

Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Posisi di UKM

No	Posisi di UKM	Jumlah	Persentase (%)
1	Pemilik	7	4
2	Manager	13	7.4
3	Karyawan	156	88.6
	Total	176	100

Berdasarkan tabel 4.7 tersebut di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar karakteristik responden adalah sebagai karyawan UKM sebesar 88.6% dari jumlah keseluruhan sampel penelitian. Hal tersebut menunjukkan bahwa UKM dalam menyerap tenaga kerja disesuaikan dengan kondisi lapangan pekerjaan yang tersedia serta kemampuan pemilik dalam mengelola manajemen usaha lebih banyak memilih untuk memanfaatkan anggota keluarga ataupun kenalan-kenalan sebagai pekerja lepas sehingga dipastikan penyerapan tenaga kerja pada masyarakat menjadi tidak maksimal serta terbatasnya lapangan pekerjaan yang tersedia.

4.2 Uji Prasyarat

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Hasil pengujian normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Masing-Masing Variabel

Variabel	Nilai K-S	Sig.	Keterangan
Kemampuan Pemasaran	1.238	0.147	Normal
Kemampuan Inovasi	1.316	0.198	Normal
Kemampuan Pembelajaran	0.994	0.277	Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas didapatkan hasil bahwa nilai *asym.sig* yang diperoleh masing-masing variabel $> 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah model yang digunakan linier atau tidak. Hasil pengujian linieritas dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini.

Tabel 4.9 Hasil Pengujian Linieritas

Model	F hitung	Sig.	Keterangan
X ₁ terhadap Y	0.714	0.678	Linier
X ₂ terhadap Y	1.117	0.359	Linier
X ₃ terhadap Y	1.476	0.108	Linier

Berdasarkan hasil pengujian linieritas, model dalam penelitian ini mempunyai nilai sig $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel independen dengan variabel dependennya memiliki hubungan yang linier.

4.3 Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Hipotesis Pertama

Untuk menguji hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Kemampuan pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja UKM

digunakan korelasi parsial. Adapun hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut ini.

Tabel 4.10 Hasil Korelasi Parsial

Variabel Independen	t	p	r	N
Kemampuan Pemasaran (X ₁)	2.210	0.029	0.138	176

Berdasarkan hasil pengujian tersebut di atas didapatkan hasil bahwa variabel kemampuan pemasaran mempunyai nilai t hitung sebesar 2.210 dan nilai signifikansi sebesar $0.029 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kemampuan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Sehingga H1 dalam penelitian ini didukung.

2. Uji Hipotesis Kedua

Untuk menguji hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Kemampuan inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja UKM digunakan korelasi parsial. Adapun hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut ini.

Tabel 4.11 Hasil Korelasi Parsial

Variabel Independen	t	p	r	N
Kemampuan Inovasi (X ₂)	2.134	0.035	0.172	176

Berdasarkan hasil pengujian tersebut di atas didapatkan hasil bahwa variabel kemampuan inovasi mempunyai nilai t hitung sebesar 2.134 dan nilai signifikansi sebesar $0.035 < 0,05$. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa kemampuan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Sehingga H2 dalam penelitian ini didukung.

3. Uji Hipotesis Ketiga

Untuk menguji hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Kemampuan pembelajaran berpengaruh positif terhadap kinerja UKM digunakan korelasi parsial. Adapun hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut ini.

Tabel 4.12 Hasil Korelasi Parsial

Variabel Independen	t	p	r	N
Kemampuan Pembelajaran (X_3)	2.045	0.043	0.615	176

Berdasarkan hasil pengujian tersebut di atas didapatkan hasil bahwa variabel kemampuan pembelajaran mempunyai nilai t hitung sebesar 2.045 dan nilai signifikansi sebesar $0.043 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kemampuan pembelajaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Sehingga H3 dalam penelitian ini didukung.

4. Uji Hipotesis Keempat

Untuk menguji hipotesis keempat yang menyatakan bahwa interaksi antara kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran bersama-sama berpengaruh positif terhadap kinerja UKM digunakan analisis regresi linier berganda. Adapun hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut ini.

Tabel 4.13 Koefisien Korelasi dan Determinasi

	Nilai
Koefisien korelasi (R)	0.409
Koefisien determinasi (R ²)	0.167

Berdasarkan hasil yang didapatkan pada koefisien korelasi dan determinasi menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0.409, artinya variabel kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran mempunyai hubungan yang lemah dengan kinerja UKM. Hal ini didukung oleh nilai *R square* sebesar 0.167 yang berarti kemampuan variabel kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran dalam mempengaruhi kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY sebesar 16.7%. Hal tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi kinerja UKM diluar model dalam penelitian ini. Adapun hasil uji F dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.14 Hasil Uji F
ANOVA^b**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	149.637	2	74.819	4.837	.010 ^a
	Residual	1686.041	173	15.468		
	Total	1835.679	175			

a. Predictors: (Constant), kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi, kemampuan pembelajaran

b. Dependent Variable: kinerja UKM

Berdasarkan hasil uji F didapatkan hasil bahwa secara bersama-sama interaksi antara variabel kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY, yang ditunjukkan oleh nilai sig sebesar $0.010 < 0,05$. Sehingga H4 dalam penelitian ini didukung.

4.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, kemampuan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vorhies & Morgan (2005). Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa kemampuan pemasaran dan input sumber daya manusia yang melibatkan manajemen informasi pasar serta pengembangan dan pelaksanaan strategi pemasaran berkontribusi besar dalam menciptakan nilai bagi pelanggan dan UKM sehingga dapat meningkatkan kinerjanya. Selain itu, faktor kemampuan pemasaran yang dipandang berkontribusi dalam meningkatkan kinerja UKM antara lain: pengembangan produk, penetapan harga, manajemen pemasaran, komunikasi, penjualan, informasi pasar, perencanaan pemasaran dan implementasi penerapan sumber daya manusia. Hasil tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sarwat (2009) yang menyatakan bahwa kemampuan pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan di Pakistan. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa kemampuan pemasaran yang sukses dibangun

berdasarkan indikator penetapan harga, manajemen pemasaran, promosi yang dikelola secara baik dalam pengembangan riset pasar dengan strategi yang berbiaya rendah serta memanfaatkan peluang pasar sehingga dalam pengembangan produk lebih baik daripada kebutuhan pelanggan dari para pesaing.

Kemampuan inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Terziovski (2010). Kemampuan inovasi mendasarkan pada teori inovasi dua fase Schumpeter (dalam Narayanan, 2001) yang menjelaskan bahwa kemampuan inovasi adalah pendorong utama dari kinerja UKM di sector manufaktur. Strategi dalam fase kemampuan inovasi tentang kewirausahaan didasarkan pada pengembangan produk baru dan bergantung pada komitmen organisasi untuk meningkatkan kemampuan inovasi. Seiring dengan perkembangan pasar dan UKM yang ada dan munculnya UKM baru maka terjadi pergeseran pada harga sehingga UKM perlu mengurangi biaya untuk mengelola dan mempertahankan UKM. Hal tersebut didukung oleh pendapat Prakash & Gupta (2008) yang menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara kemampuan inovasi dengan kinerja UKM yang diprosikan usia UKM. Usia UKM yang relatif lebih tua memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan dengan UKM yang memiliki usia masih muda. Hal ini dapat dijelaskan bahwa UKM yang sudah lama berdiri mempunyai kinerja yang lebih baik seiring bertambahnya usia UKM karena memiliki keunggulan yang

kompetitif dan dapat beradaptasi dengan perubahan kondisi lingkungan yang sewaktu-waktu dapat berubah secara signifikan.

Kemampuan pembelajaran berpengaruh positif terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sok, O'Cass & Sok (2013). Perkembangan pengetahuan terbaru di bidang UKM dan kewenangan UKM untuk menjalankan pengetahuan ini sebagai upaya untuk membangun keunggulan di pasar bagi pengembangan UKM terutama bagi pengembangan intelektual dan kepribadian manusia yang tujuan utamanya adalah kinerja dari UKM tersebut. Peranan pengelola dan atau pemilik UKM sangat penting dalam menentukan operasional kerja harian, mingguan, bulanan, semesteran dan tahunan yang dapat memastikan bahwa UKM secara terus menerus menawarkan produk baru, mencari cara baru untuk membawa produk ke pasar lebih cepat dan lebih banyak dan melayani pelanggan lebih baik dari pesaing yang lain serta tetap memperhatikan aktivitas UKM (terutama yang tidak berhasil) agar perbaikan-perbaikan penting dilakukan guna meningkatkan kinerja UKM yang unggul. Dalam kinerja UKM, pengelola dan atau pemilik UKM berperan sebagai konselor harus memiliki kemampuan berkomunikasi dengan orang lain, berinteraksi, membangun relasi dan bersosialisasi sehingga mampu menciptakan interaksi belajar dalam kinerjanya, diharapkan menjadi seseorang yang mampu menggerakkan karyawan agar mampu mengembangkan kemampuan pembelajaran UKM secara simultan dan efektif. Dengan demikian, hal tersebut menjadi dasar pencapaian kinerja UKM yaitu dapat

memperoleh pesan yang tepat dari pasar dan mengirimkan produk yang tepat kepada pelanggan. Hasil tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Gomes & Wojahn (2017). Kemampuan pembelajaran akan lebih baik untuk diperoleh apabila dapat mengintegrasikan pengetahuan tentang UKM yang diwujudkan dalam keunggulan produk atau proses produksi sehingga mencapai hasil yang lebih baik dalam pengembangan produk baru. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Hsu & Fang (2009) yang menjelaskan bahwa UKM yang memiliki kemampuan untuk mencapai pengetahuan baru dan mengintegrasikan pengetahuan yang ada dengan metode yang berbeda akan meningkatkan kinerja UKM, baik dalam hal inovasi dan proses. Dengan kata lain, semakin baik kemampuan pembelajaran maka akan semakin baik pula kinerja UKM tersebut.

Hasil tersebut didukung dengan item pertanyaan dipersepsikan setuju oleh responden. Penilaian terjadi pada item kami mampu melakukan manajemen penjualan produk secara lebih baik dibandingkan pesaing dan pada item pengelola (manajemen) berpartisipasi dalam ide, kreasi dan pengembangan demi kemajuan UKM kami. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa partisipasi ide dan kreasi merupakan keterlibatan seluruh manajer dalam suatu UKM untuk melakukan kegiatan dalam pencapaian sasaran yang telah ditetapkan dalam pemasarannya. Untuk mencegah dampak fungsional atau disfungsional, maka dalam pengelolaan perlu melibatkan manajemen pada tingkat bawah. Dengan adanya partisipasi dalam pengelolaan oleh manajemen tingkat bawah, diharapkan dapat meningkatkan kinerja UKM

sesuai dengan target yang telah ditetapkan sebelumnya, dengan cara bertanggung jawab terhadap setiap tugas yang diembannya sehingga target pengembangan UKM yang telah ditetapkan tersebut dapat tercapai.

Secara statistik, interaksi antara kemampuan variabel kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY. Hal tersebut akan tercermin dari kepatuhan, komitmen, dan loyalitasnya dalam mengembangkan potensi sumber daya manusia serta memajukan UKM yang bersangkutan. Apabila kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran di dalam UKM berada dalam kondisi baik, maka akan mempengaruhi kinerja UKM. Semakin meningkat kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran maka kinerja UKM juga akan semakin meningkat. Sebaliknya, semakin buruk kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran maka kinerja UKM juga akan menurun. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sok, O'Cass & Sok (2013). Kemampuan pembelajaran bagi karyawan, pengelola dan atau pemilik UKM merupakan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap UKM, baik secara langsung yang berupa kemampuan pemasaran dan kemampuan inovasi maupun tidak langsung yaitu pada kinerja UKM. Hal tersebut penting dilaksanakan untuk mengantisipasi kesalahan dan ketidakpastian perekonomian yang terus berubah-ubah, seperti terjadinya pandemi Covid-19 serta mendorong pemecahan masalah secara kreatif dan inovatif bagi UKM dengan melakukan

pengembangan ide, beradaptasi dengan pasar dan pengalaman baru untuk mempromosikan produk-produk baru.

Penelitian ini menggunakan responden dengan UKM yang beragam, sedangkan pada penelitian terdahulu hanya berfokus pada satu jenis UKM. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi tingkat kesesuaian antara kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran dengan kinerja UKM yang berorientasi pada orang akan semakin tinggi pula kinerja UKM tersebut. Dengan demikian kesesuaian ini merupakan kesesuaian terbaik yaitu faktor kemampuan pemasaran memenuhi prasyarat kondisional atau efektif dari kemampuan inovasi yang didukung dengan kemampuan pembelajaran sehingga dapat meningkatkan kinerja UKM sesuai dengan norma-norma yang berlaku di UKM tersebut.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa secara bersama-sama, kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY dipengaruhi oleh interaksi kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran. Walaupun pengaruh tersebut relatif kecil yaitu hanya sebesar 16.7%. Sisanya sebesar 83,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan tujuan penelitian yaitu untuk menguji pengaruh kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY dapat ditarik kesimpulan.

5.1 Kesimpulan

Beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pertama, kemampuan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Sehingga H1 dalam penelitian ini didukung. Hasil tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sarwat (2009). Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa kemampuan pemasaran merupakan titik awal yang mungkin berguna dalam pemantauan kinerja UKM dengan pesaing dan rekan kerja terhadap kinerja UKM sebelumnya. Selain itu, kemampuan pemasaran yang superior diharapkan dapat mencapai keunggulan yang kompetitif yang menghasilkan kinerja UKM yang lebih baik daripada pesaing yang kurang kompeten (Sarwat, 2009).

Kedua, kemampuan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Sehingga H2 dalam penelitian ini didukung. Hasil tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Prakash & Gupta (2008). Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa resistensi terhadap perubahan kondisi dan ketidakpastian perekonomian yang berubah-ubah seperti terjadinya pandemi Covid-19 cenderung mendorong UKM untuk meningkatkan kemampuan

inovasi produk sebagai pendorong utama keunggulan produk yang mengarah pada kinerja UKM yang memuaskan serta mendekatkan hubungan antara pelanggan dan pemasok. Kegiatan teknis, desain, keterlibatan dalam pemasaran produk harga, penetapan harga atau penggunaan peralatan baru yang lebih baik melalui potensi kreatif dari karyawan dapat meningkatkan dan mengembangkan produk yang berbeda untuk bersaing di pasar (Terziovski, 2010).

Ketiga, kemampuan pembelajaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Sehingga H3 dalam penelitian ini didukung. Hasil tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Gomes & Wojahn (2017). Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa dinamika yang begitu cepat dalam memperkuat kemampuan inovasi mendorong UKM untuk melakukan komunikasi yang baik agar dapat meningkatkan distribusi pengetahuan pemasaran terhadap pelanggan di dalam UKM. Pengelola dan atau pemilik dapat mendorong pemecahan masalah secara kreatif dan inovatif serta mendorong eksperimen dengan alternatif baru untuk pengelolaan dan pengembangan produk yang lebih baik. Hal tersebut membuat UKM menyerap cara pandang terhadap realitas dan cenderung mengadopsi teknologi dan prosedur baru. Dengan demikian, terlihat adanya faktor pembelajaran terhadap UKM yang mendorong kemampuan inovasi kaitannya dengan perbaikan proses produksi yang bertujuan untuk mengurangi biaya, serta peningkatan ekonomi dan keuangan terhadap kinerja UKM (Gomes & Wojahn, 2017).

Keempat, kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY. Sehingga H4 dalam penelitian ini didukung. Hasil tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sok, O'Cass & Sok (2013). Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa pendekatan pengukuran kinerja UKM merupakan upaya untuk menghasilkan kerangka kerja interaksi kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran dalam UKM. UKM dapat mendapatkan keuntungan dari pengukuran kinerja saat meningkatkan kemampuan inovasinya, pengetahuan yang berkaitan dengan manajemen serta kemampuan pemasaran pada saat ini dipandang sebagai proses yang komprehensif. Hal tersebut berarti bahwa segala sesuatu yang terjadi dalam UKM dianggap berdampak pada kinerja UKM, antara lain: kepemimpinan dan manajemen, motivasi tugas karyawan, kualitas produksi, kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Minna, 2016).

5.2 Implikasi Terhadap Pengayaan Literatur

Pertama, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi UKM agar dapat bertahan dari persaingan ketat terutama dalam jangka waktu yang panjang terhadap produk yang ditawarkan oleh pesaing lainnya sehingga UKM memiliki kemampuan pemasaran yang semakin kuat untuk menggiring konsumen menggunakan produk tersebut sehingga hal tersebut akan berdampak pada peningkatan penjualan dan keuntungan bagi UKM.

Kedua, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi UKM khususnya UKM yang terdampak akibat pandemi Covid-19 untuk memberikan perhatian yang tinggi terhadap produk yang dihasilkan, misalnya berupa penerapan konsep inovasi dan kreativitas produk yang dihasilkan baik bentuk maupun kemasannya atau dengan cara merubah logo produk, harganya disesuaikan serta pemberian diskon untuk pembelian dalam jumlah tertentu agar memiliki daya saing sehingga usaha yang dikelola dapat berkembang dan tercapai tujuannya.

Ketiga, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi UKM untuk membuat pola pembelajaran terhadap kebutuhan produksi kepada teknologi. Ketersediaan teknologi dapat menghubungkan UKM dengan konsumen melalui teknologi daring sehingga dapat membantu pemasaran dan penjualan produk-produk UKM, seperti toko-toko teknologi digital yaitu Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli dan lain sebagainya.

Keempat, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi UKM bahwa UKM yang menerapkan inovasi dalam kegiatan usahanya akan dapat mendorong upaya peningkatan pengembangan usaha UKM. Selanjutnya, pengembangan usaha dapat mendorong kemampuan pemasaran UKM yang berarti usaha yang terus berkembang linier dengan kemampuan pembelajaran dan kinerja UKM sehingga dalam meningkatkan kinerja UKM dapat dilakukan melalui pengembangan usaha seperti memperluas area pemasaran maupun produktivitas usaha.

5.3 Implikasi Terhadap Manajerial

Pertama, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi manager UKM untuk memenangkan kompetisi pasar melalui strategi kemampuan pemasaran yang tepat untuk memasarkan hasil produksinya agar mampu bersaing di pasar.

Kedua, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi manager UKM agar survive dengan lebih memperhatikan kualitas produk berupa penjelasan tentang produk, desain produk, promosi dan mengoptimalkan peran sumber daya manusia untuk meningkatkan daya inovasi dan kreativitasnya agar usaha UKM dapat diterima pasar.

Ketiga, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi manager UKM agar sikap manajerial berupa peningkatan kualitas produk yang dilakukan seorang manager yaitu pembelajaran pemasaran melalui media *online* sehingga produk UKM dapat bersaing dengan pesaing dan tetap diterima oleh pelanggan.

Keempat, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi manager UKM agar melibatkan seluruh karyawan di UKM dalam kinerjanya sehingga keberhasilan kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran yang dijalankan seorang manager menentukan UKM berkembang atau tidak.

5.4 Saran

Pertama, terkait variabel kemampuan pemasaran; diharapkan UKM lebih memperhatikan strategi pemasaran dan promosi dengan melihat celah serta peluang terhadap keunggulan produk yang ditawarkan karena dua hal tersebut saling melengkapi sehingga penjualan produk dapat lebih baik dibandingkan pesaing.

Kedua, terkait variabel kemampuan inovasi; diharapkan UKM menciptakan inovasi produk sesuai kebutuhan dan selera pelanggan serta diharapkan UKM lebih kompetitif dalam menetapkan harga produk yang dihasilkan.

Ketiga, terkait variabel kemampuan pembelajaran; diharapkan UKM mengembangkan potensi sumber daya yang ada dengan cara penggunaan media sosial *mobile (gadget)* sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan hasil produksi agar sampai langsung ke pelanggan secara optimal tanpa menggunakan rantai pemasaran yang panjang seperti pada saat pandemi Covid-19 sekarang ini.

Keempat, terkait interaksi kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi dan kemampuan pembelajaran secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja UKM di wilayah Provinsi DIY; diharapkan UKM menjual produk yang dihasilkan dengan mengedepankan harga yang layak serta bersaing, memilih media promosi yang efektif bagi para pelanggan sehingga produk yang didapatkan baik dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, G & Hall, G. (1993). Influences on Growth of SMEs: an International Comparison. *Entrepreneurship & Regional Development International Journal*, Vol. 5 No. 1, pp. 73-84.
- Akgün, AE, Byrne, JC & Lynn, GS *et al.*, (2007). Pengembangan Produk Baru di Turbulen Lingkungan: Dampak Improvisasi dan Unlearning Pada Kinerja Produk Baru. *Jurnal Rekayasa dan Teknologi Manajemen*, Vol. 24, No. 3, pp.203-230.
- Al-Khowarizmi, N & Nyoman Kerti Yasa. (2016). Kemampuan Inovasi Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Produk IMK Sektor Industri Makanan di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, Vol.5 No.3. p:1915-1941.
- Arikunto, S. (2017). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Caloghirou, Y., Kastelli, I., & Tsakanikas, A. (2004). Kemampuan Internal Dan Sumber Pengetahuan Eksternal: Komplemen Atau Pengganti Untuk Kinerja Yang Inovatif. *Technovation*, 24, 29-39.
- Chang, Y. (2003). Benefits Kerjasama Pada Kinerja Inovatif: Bukti Dari Sirkuit Terpadu Dan Bioteknologi Di Inggris Dan Taiwan. *Jurnal R & D Management*, 33 (4), 425-437.
- Elwisam. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, Vol.4 No.2 p: 277-286.
- Franco-Santos, M., Kennerley, M., Micheli, P., Martinez, V., Mason, S., Marr, B., Gray, D. & Neely, A. (2008). Menuju Definisi Sistem Pengukuran Kinerja Bisnis. *International Journal of Operations & Manajemen Produksi*, Vol. 27 Iss. 8, pp. 784-801.
- Freel, M.S. (2000). Do Small Innovating Firms Outperform Non-Innovators. *Small Business Economics*, Vol. 14 No. 3, pp. 195-210.

- Gaur, SS, Vasudevan, H., & Gaur, AS. (2011). Orientasi Pasar Dan Kinerja Manufaktur UKM India: Moderasi Peran Sumber Daya Perusahaan Dan Faktor Lingkungan. *European Journal of Marketing*, 45 (7/8): 1172-1193.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gomes, G., & Wojahn RF. (2017). Organizational Learning Capability, Innovation and Performance: Study in Small and MediumSize Enterprises (SMES). *Revista de Administracao* 52, 163-175.
- Hair, JR. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Edisi 5. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hudson-Smith, M. & Smith, D. (2007). Menerapkan Kinerja Strategis Selaras Pengukuran di Perusahaan Kecil. *International Journal of Economics Produksi*, 106, pp. 393-408.
- Vorhies, DW. & Morgan, NA. (2005). Benchmarking Marketing Capabilities for Sustainable Competitive Advantage. *Journal of Marketing*, Vol. 69, pp. 80 -94.
- Kirca, A. H.; Jayachandran, S.; Bearden, W. O. (2005). Market Orientation: a Meta-Analytic Review and Assessment of Its Antecedents and Impact on Performance. *Journal of Marketing*, 69(2):24 - 41. <http://dx.doi.org/10.1509/jmkg.69.2.24.6076>.
- Laukkanen, T., Nagy, G., Hirvonen, S., Reijonen, H. & Pasanen, M. (2013). The Effect of Strategic Orientations on Business Performance in SMEs. *International Marketing Review*, Vol. 30 No. 6, pp. 510 – 535.
- Li, Y., Zhao, Y., Tan, J., & Liu, Y. (2008). Moderating Pengaruh Wirausaha Orientasi Pasar-Kinerja Linkage: Bukti dari Cina Perusahaan Kecil. *Jurnal Manajemen Usaha Kecil*, 46 (1): 113-133.
- Lin, SF, Miao, T., & Nie, K. (2008). Sebuah Studi Kasus Tentang Kewirausahaan Untuk Dipertahankan Inovasi. *Afrika Jurnal Manajemen Bisnis*, 6 (2), 493 e 500.
- Morgan, N., Vorhies, D. & Mason, C. (2009). Market Orientation, Marketing Capabilities, and Firm Performance. *Strategic Management Journal*, Vol. 30, pp. 909-920.

- Narver, JC, & Slater, SF. (2004). Responsif dan Proaktif Orientasi Pasar dan Baru–Sukses Produk. *Jurnal Manajemen Produk Inovasi*, 21 (5): 334-347.
- Neely, A., Filippini, R., Forza, C., Vinelli, A. & Hii, J. (2001). Sebuah Kerangka Kerja Untuk Kinerja Bisnis Menganalisis, Inovasi Pperusahaan dan Faktor Kontekstual Terkait: Persepsi Manajer dan Pembuat Kebijakan di Dua Wilayah Eropa. *Integrated Manufacturing Systems*, Vol. 12 No.2, pp. 114-124.
- Ngo, L.V. & O’Cass, A. (2012). In Search of Innovation and Customer-Related Performance Superiority: The Role of Market Orientation, Marketing Capability and Innovation Capability Interactions. *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 29 No. 5, pp. 861-877.
- Nur Azizah, C., Primyastanto, M., & Abidin, Z. (2017). Pengaruh Kompetensi Pengetahuan Pemasaran dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kapabilitas dan Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Menengah (UKM) Perikanan di Kota Malang Jawa Timur. *Journal of Economic and Social Fisheries and Marine*, 05 (01): 53-67.
- Oke, A., Munshi, N., & Walumba, FO. (2009). Kepemimpinan Pada Proses Inovasi dan Kegiatan. *Jurnal Organisasi Dynamics*, 38 (1), 64-72.
- O’Regan, N., Ghobadian, A. & Sims, M. (2006). Fast Tracking Innovation in Manufacturing SMEs. *Technovation*, Vol. 26 No. 2, pp. 251-261.
- Otero-Neira, C., Lindman, M. & Fernandez, M. (2009). Innovation and Performance in SME Furniture Industries: an International Comparative Case Study. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 27 No. 2, pp. 216-232.
- Pelham, A. (2000). Market Orientation and Other Potential Influences of Performance in Small and Medium-Sized Manufacturing Firm. *Journal of Small Business Development*, Vol. 38 No. 1, pp. 48-68.
- Phyra Sok, Aron O’Cass & Keo Mony Sok. (2013). Achieving Superior SME Performance: Overarching Role of Marketing, Innovation, and Learning Capabilities. *Australasian Marketing Journal* 21, 161-167.
- Priyatno, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Sanz-Valle, R. & Jimenez-Jimenez, D. (2011). Innovation, Organizational Learning and Performance. *Journal of Business Research*, Vol. 64 No. 4, pp. 408-417.
- Saunila, Minna. (2014). Innovation Capability for SME Success: Perspective of Financial and Operational Performance. *Journal of Advances in Management Research*, Vol 11 Iss 2 pp. 163-175.
- Saunila, M. & Ukko, J. (2012). Sebuah Kerangka Konseptual Untuk Pengukuran Inovasi Kemampuan dan Dampaknya. *Baltic Jurnal Manajemen*, Vol. 7 No 4, pp. 355-375.
- Sismanto, A. (2006). Analisis Pengaruh Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Tesis*. Program Pasca Sarjana Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang.
- Storey C, Cankurtaran P, & Papastathopoulou P. (2016). Sukses Faktor Untuk Inovasi Layanan: A Meta Analisis. *Jurnal Manajemen Produk Inovasi*, 33 (5): 527-548.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Administrasi (Dilengkapi Metode R&D)*, Bandung: Alfabeta.
- Tidd. (2001). Ekonomi Lingkup dan Ruang Lingkup Perusahaan. *Jurnal Perilaku Ekonomi & Organisasi*, 1 (3): 223-247.
- Vajjhala, NR. (2013). Faktor Budaya dan Berbagi Pengetahuan di Perusahaan-Perusahaan Menengah di Albania: A kualitatif, Studi Kasus Multisite. *Order Proquest*, No 3.577.672.
- Wang, G., Zhao, X. n., & Yu, X. (2014). Menjelajahi Hubungan Antara Kewirausahaan Orientasi dan Kinerja Perusahaan: Peran Kompetensi Eksekutif di Perusahaan Entrepreneurialoriented. *Nankai Bisnis Internasional*, 5 (3): 326-344.
- Weinzimmer, L., Nystrom, P. & Freeman, S. (1998). Measuring Organizational Growth: Issues, Consequences and Guidelines. *Journal of Management*, Vol. 24 No. 2, pp. 235-262.
- Widodo. (2013). Peran Knowledge Sharing Terhadap Kinerja UKM Berbasis Sikap Kewirausahaan. *Ekobis*, Vol 14 No.2 p:17-27.

LAMPIRAN



Lampiran 1. Lembar Isian Kuesioner

KUESIONER

Kepada Yth,
Saudara/i Responden
Di tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Muhammad Muhlisin, mahasiswa PRODI Magister Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia di Yogyakarta. Saat ini saya sedang menyelesaikan Tugas Akhir (Tesis) dengan judul **“Pengaruh Kemampuan Pemasaran, Kemampuan Inovasi, dan Kemampuan Pembelajaran Terhadap Kinerja UKM di Wilayah Provinsi DIY”**.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan saudara/i untuk sedikit meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang terlampir. Saya mengharapkan jawaban yang saudara/i berikan nantinya adalah jawaban yang objektif agar diperoleh hasil yang maksimal. Apapun pendapat dan informasi yang saudara/i berikan, saya menjamin terhadap kerahasiaannya dan ini semata-mata untuk kepentingan ilmiah.

Saya menghargai pengorbanan waktu dan sumbangan pemikiran saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Oleh karena itu saya mengucapkan banyak terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Hormat Saya,

Muhammad Muhlisin

1. Profil Responden

Isilah data diri Anda dengan memberi tanda (X) pada pilihan yang merefleksikan kondisi Anda dengan sebenar-benarnya.

1. Usia Anda saat ini (tahun):
 - a. Dibawah 30 tahun
 - b. 30 - 40 tahun
 - c. 41 - 50 tahun
 - d. Diatas 50 tahun
2. Jenis kelamin Anda:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Pendidikan terakhir:
 - a. SMA/SMK Sederajat
 - b. Diploma
 - c. Sarjana (S1)
 - d. Paska Sarjana (S2/S3)
4. Masa kerja di UKM:
 - a. Kurang dari 5 tahun
 - b. 6-10 tahun
 - c. 11-15 tahun
 - d. Lebih dari 15 tahun
5. Tahun UKM didirikan:
 - a. Periode sebelum tahun 2010
 - b. Periode tahun 2011 - 2015
 - c. Periode tahun 2016 - 2019
6. Posisi di UKM:
 - a. Pemilik
 - b. Manager
 - c. Lainnya (mohon sebutkan):

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda *Cheklis* (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut pendapat saudara.

2. Kemampuan Pemasaran

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Harga yang ditawarkan dari produk kami cukup bersaing.					
2	Kami menjual sampel produk untuk memahami minat pembeli.					
3	Kami aktif menawarkan ragam produk kami.					
4	Kami cukup berhasil dalam program promosi kami.					
5	Kami aktif menggali informasi pasar.					
6	Kami aktif melakukan terobosan pasar.					
7	Kami mampu melakukan manajemen penjualan produk secara lebih baik dibandingkan pesaing.					

8	Kami mampu melakukan pengembangan strategi pemasaran kreatif secara lebih baik dibandingkan pesaing.					
9	Kami mampu menerjemahkan strategi pemasaran tindakan secara lebih baik dibandingkan pesaing.					

3. Kemampuan Inovasi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Budaya Kepemimpinan Partisipatif						
1	Manajer di UKM kami selalu mendorong untuk inisiatif agar lebih baik.					
2	Manajer di UKM kami memberikan umpan balik yang positif kepada karyawan.					
3	Manajer di UKM kami selalu meneruskan ide karyawan ke tingkat atas organisasi.					
4	Pengelola (manajemen) berpartisipasi dalam ide, kreasi dan pengembangan demi kemajuan UKM kami.					
5	Di UKM kami setiap karyawan mendapat kesempatan praktik untuk mentransfer ilmu pengetahuan dari pemimpin.					
6	Di UKM kami, karyawan selalu mendapat penghargaan atas capaian kerjanya.					
Kreasi Ide dan Pengorganisasian Struktur						
1	UKM kami memiliki cara yang jelas untuk memproses dan mengembangkan ide.					
2	Karyawan mendapatkan umpan balik atas ide mereka.					
3	Sistem penghargaan yang kami lakukan dapat mendorong kreasi ide-ide baru.					
4	Kami memiliki instruksi dan orang yang bertanggungjawab atas pengaturan kerja.					
5	Jumlah beban kerja sudah sesuai.					
6	Kualitas dan tanggungjawab pekerjaan yang dibebankan sudah sesuai.					
Iklm Kerja dan Faktor Kesejahteraan						
1	Kerjasama berjalan baik di UKM kami.					
2	Karyawan memiliki keberanian untuk menyatakan tidak setuju di UKM kami.					
3	Karyawan di UKM kami didorong untuk beragam keterampilan.					
4	UKM kami mengutamakan kesejahteraan bagi karyawan.					
5	UKM kami memperlakukan sama untuk semua karyawan.					
Faktor Pengembangan Pengetahuan						
1	Semua karyawan di UKM kami memiliki kesempatan untuk melanjutkan pendidikan.					
2	UKM kami mendukung adanya pembelajaran dan pengembangan keahlian.					
3	UKM kami menempatkan pembelajaran sebagai sebuah investasi, bukan pengeluaran.					
Regenerasi						
1	UKM kami senantiasa mencari cara baru dalam menyelesaikan pekerjaan					

	secara aktif.					
2	UKM kami mendorong cara-cara baru dalam penyelesaian pekerjaan.					
3	UKM kami memberikan toleransi terhadap kesalahan saat melakukan eksperimen cara baru dalam bekerja.					
Faktor Pengetahuan Eksternal						
1	Komunitas kerja saya mendorong untuk mendapatkan pengetahuan melalui kontak eksternal.					
2	UKM kami telah mengembangkan cara-cara baru penyelesaian pekerjaan dengan cara melakukan perbandingan dengan UKM lain.					
3	UKM kami bekerja sama dengan pemangku kepentingan (seperti pelanggan dan lainnya).					
Faktor Individu Karyawan						
1	Karyawan di UKM kami mau berpartisipasi dalam pengembangan UKM.					
2	Mudah bagi karyawan di UKM kami untuk mengadopsi cara-cara baru penyelesaian pekerjaan.					
3	Karyawan di UKM kami mampu mengkritisi cara-cara penyelesaian pekerjaan yang diterapkan saat ini.					

4. Kemampuan Pembelajaran

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Kami aktif mengevaluasi kebutuhan ketrampilan yang diperlukan.					
2.	Kami aktif mengirimkan SDM ke tempat pelatihan ketrampilan kerajinan.					
3	Kami selalu menggali pengetahuan terkait usaha kerajinan.					
4	Kami mengevaluasi kegagalan dalam pekerjaan sebelumnya.					
5	Kami selalu diskusikan bersama pekerjaan sehari-hari.					

5. Kinerja UKM

NO	PERNYATAAN	Sangat Baik	Baik	Tetap	Buruk	Sangat Buruk
Kinerja Keuangan						
1	UKM kami selama tiga tahun terakhir (2017, 2018, 2019 atau sebelum terjadinya pandemi).					
2	Semenjak berdirinya usaha hingga kini, maka mengalami peningkatan kemampuan keuangan.					
Kinerja Operasional						
1	UKM kami dari segi produktivitas dan kualitas hasilnya selama tiga tahun terakhir (2017, 2018, 2019 atau sebelum terjadinya pandemi).					
2	Semenjak berdirinya usaha hingga kini, maka mengalami peningkatan penjualan.					

Lampiran 2. Uji Validitas dan Reliabilitas Pilot Studi 35 Sampel

Validitas dan Reliabilitas Kemampuan Pemasaran

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item 1	12.10	7.209	.929	.713
item 2	12.03	9.226	.891	.818
item 3	12.20	7.943	.581	.833
item 4	12.00	6.996	.907	.860
item 5	12.06	5.931	.515	.732
item 6	12.03	5.484	.908	.808
item 7	12.05	8.184	.804	.748
item 8	12.16	7.471	.708	.608
item 9	12.22	6.150	.717	.780

Validitas dan Reliabilitas Kemampuan Inovasi

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.910	29

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item 1	19.81	17.093	.934	.924
item 2	19.06	17.222	.941	.924
Item 3	19.19	18.415	.693	.918
item 4	19.09	18.507	.773	.925
item 5	19.25	17.000	.728	.919
item 6	19.22	14.402	.653	.949
item 7	19.71	19.123	.898	.909
item 8	19.02	18.540	.941	.956
item 9	19.22	17.890	.751	.932
item 10	19.42	18.761	.844	.914
item 11	19.47	18.120	.851	.879
item 12	19.50	16.052	.736	.898
item 13	19.27	18.047	.546	.920
item 14	19.57	17.616	.745	.896
item 15	19.43	18.121	.832	.793
item 16	19.60	18.568	.827	.833
item 17	19.63	16.012	.943	.721
item 18	19.77	18.455	.651	.845
item 19	19.00	17.484	.745	.848
item 20	19.05	17.134	.876	.832
item 21	19.40	16.566	.877	.887
item 22	19.70	18.012	.943	.821
item 23	19.01	18.106	.641	.805
item 24	19.23	17.516	.760	.877
item 25	19.41	18.606	.662	.931
item 26	19.00	18.443	.803	.865
item 27	19.21	18.211	.814	.953
item 28	19.08	18.875	.799	.905
item 29	19.98	18.455	.734	.825

Validitas dan Reliabilitas Kemampuan Pembelajaran

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item 1	16.43	7.209	.857	.851
item 2	16.50	9.226	.799	.845
item 3	16.47	7.943	.851	.844
item 4	16.27	6.996	.736	.851
item 5	16.06	5.931	.546	.849

Validitas dan Reliabilitas Kinerja UKM

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	35	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.842	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item 1	17.53	8.120	.707	.879
item 2	17.50	8.052	.691	.887
item 3	17.06	8.931	.520	.849
item 4	17.00	8.484	.617	.848
item 5	17.16	8.878	.566	.851
item 6	17.69	8.448	.727	.859

Lampiran 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		kemampuan pemasaran	kemampuan inovasi	kemampuan pembelajaran
N		176	176	176
Normal Parameters ^a	Mean	76.61	46.41	78.47
	Std. Deviation	13.065	17.665	3.570
Most Extreme Differences	Absolute	.099	.106	.080
	Positive	.065	.096	.080
	Negative	-.099	-.106	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		1.238	1.316	.994
Asymp. Sig. (2-tailed)		.147	.198	.277



Lampiran 4. Uji Linieritas

kinerja UKM * kemampuan pemasaran

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kinerja UKM *kemampuan pemasaran	Between	(Combined)	91.359	47	10.151	1.009	.439
	Groups	Linearity	33.879	1	33.879	.714	.678
		Deviation from Linearity	57.480	46	7.185	3.368	.070
	Within Groups		894.888	127	10.060		
	Total		724.000	175			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
kinerja UKM * kemampuan pemasaran	.216	.047	.589	.347

kinerja UKM * kemampuan inovasi

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kinerja UKM	Between	(Combined)	101.862	12	11.318	1.138	.345
*kemampuan inovasi	Groups	Linearity	12.993	1	12.993	1.117	.359
		Deviation from Linearity	88.869	11	11.109	1.307	.256
	Within Groups		859.182	162	9.943		
	Total		724.000	175			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
kinerja UKM * kemampuan inovasi	.025	.019	.428	.183

kinerja UKM * kemampuan pembelajaran

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kinerja UKM *kemampuan pembelajaran	Between Groups	(Combined) Linearity	710.849	31	30.906	2.379	.202
		Deviation from Linearity	288.801	1	28.801	1.476	.108
			42.048	30	9.184	1.227	.104
	Within Groups		1013.465	143	12.993		
	Total		1724.314	175			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
kinerja UKM * kemampuan pembelajaran	.016	.018	.389	.147

Lampiran 5. Hasil Regresi Linier Berganda

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi, kemampuan pembelajaran ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: kinerja UKM

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.409 ^a	.167	.159	3.789

a. Predictors: (Constant), kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi, kemampuan pembelajaran

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	149.637	2	74.819	4.837	.010 ^a
	Residual	1686.041	173	15.468		
	Total	1835.679	175			

a. Predictors: (Constant), kemampuan pemasaran, kemampuan inovasi, kemampuan pembelajaran

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	14.829	1.553		5.154	.000			
kemampuan pemasaran	.286	.129	.203	2.210	.029	.214	.138	.107
kemampuan inovasi	.209	.098	.196	2.134	.035	.081	.172	.055
kemampuan pembelajaran	.232	.016	.261	2.045	.043	.629	.615	.599

a. Dependent Variable: kinerja UKM



Lampiran 6. Karakteristik Responden

resp	usia	JK	Pddk	MK	T.UKM	Posisi
1	1	1	2	4	1	1
2	3	1	2	3		3
3	1	2	1	1		3
4	2	2	1	2		3
5	3	2	1	3		3
6	3	1	1	3		3
7	1	2	1	1		3
8	2	1	2	2		3
9	3	2	1	3		3
10	3	2	4	2		3
11	1	1	3	1	2	2
12	2	2	1	2		3
13	3	1	1	3		3
14	3	2	1	3		3
15	2	2	1	2		3
16	3	2	1	3		3
17	1	1	2	1		3
18	3	2	1	1		3
19	2	2	1	2		3
20	3	2	4	1	3	1
21	1	1	3	1	2	2
22	3	2	1	2		3
23	2	1	2	1		3
24	3	1	2	2		3
25	1	2	1	1		3
26	2	2	1	2		3
27	3	2	1	3		3
28	2	1	1	2		3
29	1	2	1	1		3
30	3	2	4	3	3	1
31	2	2	3	2		3
32	3	2	1	2		3
33	2	1	1	2		3
34	1	2	1	1		3
35	3	2	1	1		3
36	2	1	1	2		3

Keterangan:

Usia:

- 1 : Dibawah 30 tahun
- 2 : 30-40 tahun
- 3 : 41-50 tahun
- 4 : Diatas 50 tahun

Jenis Kelamin:

- 1 : laki-laki
- 2 : perempuan

Pendidikan

Terakhir:

- 1 : SMA/SMK Sederajat
- 2 : Diploma
- 3 : Sarjana (S1)
- 4 : Paska Sarjana (S2/S3)

Masa Kerja di

UKM:

- 1 : < 5 tahun
- 2 : 6-10 tahun
- 3 : 11-15 tahun
- 4 : > 15 tahun

Tahun UKM didirikan:

- 1 : Periode sebelum tahun 2010
- 2 : Periode tahun 2011-2015
- 3 : Periode tahun 2016-2019

Posisi di UKM:

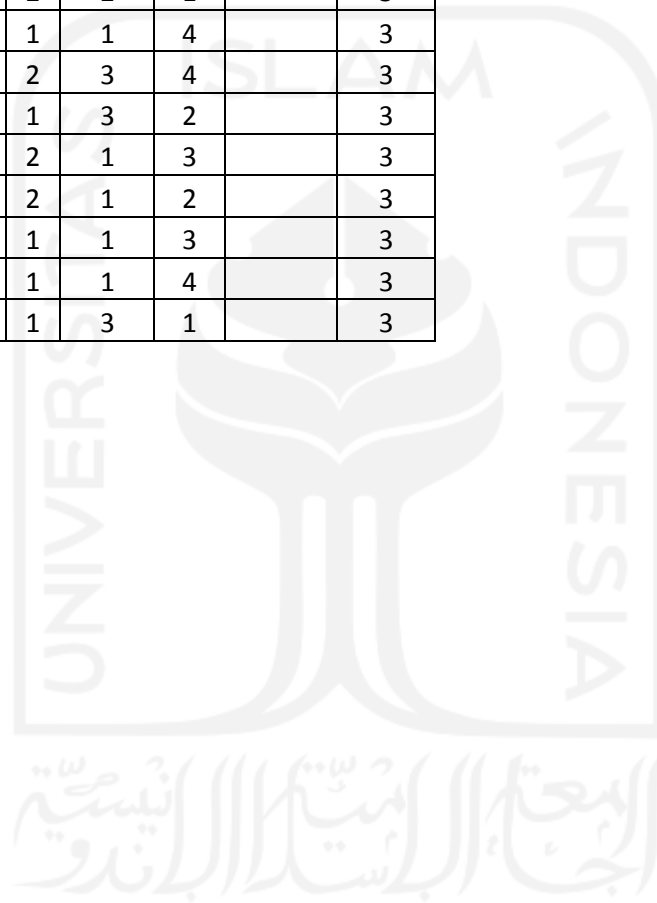
- 1 : Pemilik
- 2 : Manager
- 3 : Karyawan

37	3	2	1	1		3
38	1	2	1	1		3
39	3	2	1	3		3
40	2	1	4	2	3	1
41	3	1	3	3	1	2
42	2	2	1	2		3
43	3	2	1	2		3
44	2	1	2	2		3
45	3	2	1	2		3
46	3	1	1	2		3
47	1	1	1	1		3
48	3	1	2	3		3
49	2	2	1	1		3
50	3	2	4	3		3
51	1	1	3	1	1	2
52	3	2	1	1		3
53	3	2	2	1		3
54	3	1	1	1		3
55	2	2	2	2		3
56	3	2	2	1		3
57	1	1	1	1		3
58	3	2	2	2		3
59	3	1	1	1		3
60	1	2	1	1		3
61	3	2	3	2	1	2
62	3	2	2	2		3
63	3	1	1	2		3
64	3	2	2	1		3
65	1	1	1	1		3
66	3	2	2	1		3
67	3	1	1	2		3
68	1	2	1	1		3
69	3	1	1	1		3
70	4	2	3	1	2	2
71	3	1	3	2	2	2
72	3	1	1	1		3
73	3	2	1	2		3
74	3	2	2	2		3
75	4	2	2	1		3
76	3	1	1	2		3
77	3	2	2	3		3

78	3	1	1	3		3
79	3	1	1	3		3
80	3	2	3	1	2	2
81	1	1	3	1	2	2
82	3	2	1	1		3
83	2	2	1	2		3
84	3	1	1	1		3
85	3	2	1	1		3
86	2	1	1	2		3
87	3	2	2	3		3
88	4	2	2	4	1	1
89	3	1	1	3		3
90	2	2	3	2		3
91	3	2	3	1		3
92	3	1	1	1		3
93	2	2	1	2		3
94	3	2	1	1		3
95	2	1	1	2		3
96	1	1	1	1		3
97	3	1	1	1		3
98	2	2	2	2		3
99	3	2	2	3		3
100	2	2	1	2		3
101	4	1	3	1		3
102	3	2	1	3		3
103	2	2	1	2		3
104	3	2	1	1		3
105	3	2	2	2		3
106	2	1	1	2		3
107	2	2	1	2		3
108	3	2	1	1		3
109	3	2	1	1		3
110	2	2	2	2		3
111	3	1	3	1		3
112	2	1	1	2		3
113	3	1	1	1		3
114	2	2	1	2		3
115	3	2	1	1		3
116	1	1	1	1		3
117	4	2	1	1		3
118	3	1	1	1		3

119	3	2	2	1		3
120	3	1	3	1		3
121	2	2	3	2		3
122	3	2	2	1		3
123	4	2	2	1	1	1
124	2	2	1	1		3
125	3	1	1	3		3
126	3	1	1	3		3
127	2	2	1	2		3
128	3	2	1	1		3
129	2	1	1	2		3
130	3	2	1	1		3
131	1	1	3	1	1	2
132	3	2	1	1		3
133	2	1	1	2		3
134	3	2	2	1		3
135	1	2	2	1		3
136	2	1	1	2		3
137	3	1	1	1		3
138	2	1	1	2		3
139	3	2	1	3		3
140	4	2	1	4	1	1
141	3	1	3	1	1	2
142	2	2	1	2		3
143	3	1	1	1		3
144	3	2	1	1		3
145	1	2	1	1		3
146	3	1	1	1		3
147	2	2	1	2		3
148	3	2	1	3		3
149	3	2	1	3		3
150	2	2	1	2		3
151	3	1	3	1		3
152	1	1	1	1		3
153	3	1	1	1		3
154	3	1	1	1		3
155	4	2	2	1		3
156	3	1	1	1		3
157	3	2	2	1		3
158	2	1	1	2		3
159	3	2	2	1		3

160	3	2	3	1	1	2
161	2	2	3	2	1	2
162	2	2	1	2		3
163	3	1	1	3		3
164	4	2	1	4		3
165	3	2	2	3		3
166	2	2	1	2		3
167	3	2	2	3		3
168	1	2	2	1		3
169	3	1	1	4		3
170	4	2	3	4		3
171	2	1	3	2		3
172	3	2	1	3		3
173	2	2	1	2		3
174	3	1	1	3		3
175	3	1	1	4		3
176	4	1	3	1		3



38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
39	5	3	3	4	4	4	4	4	3	34
40	5	5	4	4	4	4	3	4	4	37
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
43	5	3	3	4	4	4	4	4	3	34
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
45	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
46	5	4	4	4	4	3	5	4	4	37
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
50	4	5	5	5	4	5	5	4	5	42
51	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
54	4	5	4	5	5	4	4	4	5	40
55	5	5	4	4	4	5	4	5	5	41
56	5	4	4	4	4	4	5	3	4	37
57	4	4	4	5	4	5	4	4	4	38
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
59	4	5	5	5	5	4	5	4	5	42
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
61	3	4	4	4	4	3	5	3	4	34
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
65	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
66	5	4	4	4	4	3	5	4	4	37
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
70	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
71	5	5	4	4	4	4	3	4	4	37
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
74	5	3	3	4	4	4	4	4	3	34
75	5	4	4	4	4	4	3	4	3	35
76	4	5	4	4	5	4	4	4	5	39
77	5	4	5	4	4	5	5	5	4	41
78	4	5	4	3	5	4	4	4	1	34

79	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
80	5	4	5	4	5	5	1	5	1	35
81	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
82	5	4	3	4	5	4	5	4	4	38
83	5	4	4	5	4	5	4	5	4	40
84	4	5	5	5	4	5	5	4	5	42
85	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
88	4	5	4	5	5	4	4	4	5	40
89	5	5	4	4	4	5	4	5	5	41
90	5	4	4	4	4	4	5	3	4	37
91	4	4	4	5	4	5	4	4	4	38
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
93	4	5	5	5	5	4	5	4	5	42
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
95	3	4	4	4	4	3	5	3	4	34
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
99	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
100	5	4	4	4	4	3	5	4	4	37
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
103	5	3	3	4	4	4	4	4	3	34
104	5	4	4	4	4	4	3	4	3	35
105	4	5	4	4	5	4	4	4	5	39
106	5	4	5	4	4	5	5	5	4	41
107	4	5	4	3	5	4	4	4	1	34
108	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
109	5	4	5	4	5	5	1	5	1	35
110	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
111	5	4	3	4	5	4	5	4	4	38
112	5	4	4	5	4	5	4	5	4	40
113	5	5	4	4	4	4	3	4	4	37
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
116	5	3	3	4	4	4	4	4	3	34
117	5	5	4	4	4	4	3	4	4	37
118	4	5	5	5	4	5	5	4	5	42
119	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43

120	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
121	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
122	4	5	4	5	5	4	4	4	5	40
123	5	5	4	4	4	5	4	5	5	41
124	5	4	4	4	4	4	5	3	4	37
125	4	4	4	5	4	5	4	4	4	38
126	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
127	4	5	5	5	5	4	5	4	5	42
128	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
129	3	4	4	4	4	3	5	3	4	34
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
131	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
132	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
133	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
134	5	4	4	4	4	3	5	4	4	37
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
136	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
138	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
139	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
140	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
141	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
142	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
143	5	5	4	4	4	4	3	4	4	37
144	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
145	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
146	5	3	3	4	4	4	4	4	3	34
147	5	4	4	4	4	4	3	4	3	35
148	4	5	4	4	5	4	4	4	5	39
149	5	4	5	4	4	5	5	5	4	41
150	4	5	4	3	5	4	4	4	1	34
151	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
152	5	4	5	4	5	5	1	5	1	35
153	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
154	5	4	3	4	5	4	5	4	4	38
155	5	4	4	5	4	5	4	5	4	40
156	5	5	4	4	4	4	3	4	4	37
157	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
158	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
159	5	3	3	4	4	4	4	4	3	34
160	5	5	4	4	4	4	3	4	4	37

161	5	4	3	4	5	4	5	4	4	38
162	5	4	4	5	4	5	4	5	4	40
163	4	5	5	5	4	5	5	4	5	42
164	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43
165	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
166	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
167	4	5	4	5	5	4	4	4	5	40
168	4	5	5	5	4	5	5	4	5	42
169	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43
170	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
171	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
172	4	5	4	5	5	4	4	4	5	40
173	5	5	4	4	4	5	4	5	5	41
174	5	4	4	4	4	4	5	3	4	37
175	4	4	4	5	4	5	4	4	4	38
176	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45



Lampiran 8. Penilaian Kuesioner Tanggapan Responden Tentang Kemampuan Inovasi

resp	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	Jml	
1	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	40	
2	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38	
3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5	5	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	40	
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38	
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	39
6	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	40	
7	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
8	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	39
9	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
10	5	5	4	5	5	3	5	3	5	3	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	37	
11	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37	
12	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	34
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	
14	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	37	
15	4	4	3	4	5	5	4	3	4	5	5	3	3	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5	3	4	37	
16	5	5	4	5	5	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	2	5	4	5	5	4	5	4	4	38	
17	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	36
18	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	5	4	3	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	39	
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	
20	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	36	
21	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	39	
22	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	

23	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	35	
24	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	32	
25	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38	
26	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	32	
27	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	
28	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35	
29	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	5	4	2	35	
30	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	40	
31	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	35	
32	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	5	4	3	34
33	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	5	4	3	4	3	4	4	3	5	4	3	4	3	4	4	3	5	4	3	33	
34	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	35	
35	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	
36	5	5	4	5	5	3	5	3	5	3	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	37	
37	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37	
38	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	34	
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	
40	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	37	
41	4	4	3	4	5	5	4	3	4	5	5	3	3	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5	3	4	37	
42	5	5	4	5	5	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	2	5	4	5	5	4	5	4	4	38	
43	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	36	
44	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	5	4	3	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	39	
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	
46	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	36	
47	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	39	

48	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	41		
49	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	35	
50	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	32	
51	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38	
52	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	32	
53	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
54	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
55	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	5	4	2	35	
56	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	40	
57	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5	5	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	40	
58	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38	
59	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	39
60	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	40	
61	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
62	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	39
63	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
64	5	5	4	5	5	3	5	3	5	3	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	37	
65	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
66	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	34
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
68	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	37	
69	4	4	3	4	5	5	4	3	4	5	5	3	3	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5	3	4	37	
70	5	5	4	5	5	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	2	5	4	5	5	4	5	4	4	38	
71	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	36	
72	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	5	4	3	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	39	

73	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37	
74	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	34
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	
76	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	37	
77	4	4	3	4	5	5	4	3	4	5	5	3	3	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5	3	4	37	
78	5	5	4	5	5	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	2	5	4	5	5	4	5	4	4	38	
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	
80	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	36	
81	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	39	
82	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	
83	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	35	
84	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	32	
85	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38	
86	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	32	
87	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	
88	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35	
89	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	5	4	2	35	
90	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	40	
91	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	40	
92	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38	
93	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5	5	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	40	
94	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38	
95	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	39	
96	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	40	
97	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	

98	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	39	
99	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
100	5	5	4	5	5	3	5	3	5	3	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	37	
101	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	36	
102	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	39	
103	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	41	
104	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	35	
105	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	32	
106	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38	
107	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	32
108	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
109	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
110	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	35
111	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	40	
112	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	35
113	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	5	4	3	34
114	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	5	4	3	4	3	4	4	3	5	4	3	4	3	4	4	3	5	4	3	33
115	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	35
116	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
117	5	5	4	5	5	3	5	3	5	3	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	37	
118	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
119	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	34
120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
121	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	37	
122	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	5	4	3	34	

123	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	5	4	3	4	3	4	4	3	5	4	3	4	3	4	4	3	5	4	3	33	
124	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	35	
125	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	
126	5	5	4	5	5	3	5	3	5	3	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	37	
127	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37	
128	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	34
129	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	
130	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	37	
131	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	40	
132	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	40	
133	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38	
134	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5	5	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	40	
135	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
136	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	39
137	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	40	
138	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
139	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	39
140	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
141	5	5	4	5	5	3	5	3	5	3	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	37	
142	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5	5	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	40	
143	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	40	
144	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38	
145	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5	5	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	40	
146	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
147	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	39

173	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	39
174	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
175	5	5	4	5	5	3	5	3	5	3	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	37
176	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5	5	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	40



Lampiran 9. Penilaian Kuesioner Tanggapan Responden Tentang Kemampuan Pembelajaran

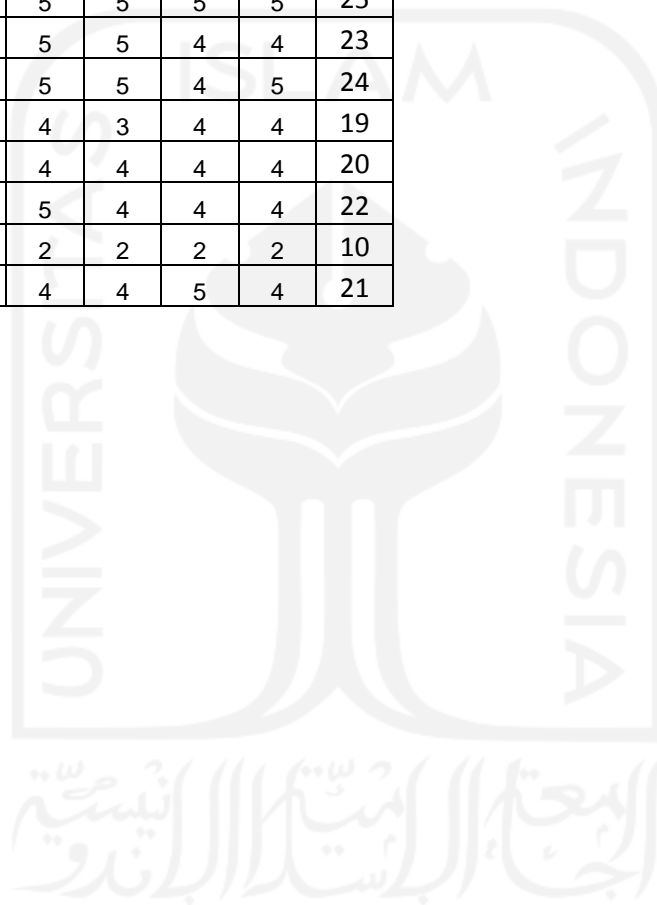
resp	1	2	3	4	5	jml
1	4	5	5	5	4	23
2	5	5	5	4	4	23
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	5	23
6	5	5	4	4	4	22
7	2	2	2	2	2	10
8	4	4	4	5	4	21
9	5	5	5	5	5	25
10	4	5	5	5	5	24
11	5	5	5	5	5	25
12	4	4	3	4	4	19
13	4	4	4	4	4	20
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	5	4	4	23
16	5	5	5	4	5	24
17	4	4	3	4	4	19
18	4	4	4	4	4	20
19	5	5	5	5	5	25
20	5	5	5	5	5	25
21	4	4	4	5	4	21
22	4	5	2	4	4	19
23	4	5	4	4	4	21
24	5	5	4	3	4	21
25	5	5	4	4	4	22
26	5	4	4	4	4	21
27	2	4	4	3	4	17
28	4	5	4	4	5	22
29	5	4	5	4	4	22
30	4	5	4	3	3	19
31	4	4	4	4	5	21
32	5	4	3	4	5	21
33	4	4	4	4	5	21
34	5	4	3	4	5	21
35	5	4	4	5	4	22
36	5	4	5	4	4	22
37	4	5	4	3	3	19

38	4	4	4	4	5	21
39	5	4	3	4	5	21
40	4	4	4	4	5	21
41	5	4	3	4	5	21
42	5	4	4	5	4	22
43	5	4	5	4	4	22
44	4	5	4	3	3	19
45	4	4	4	4	5	21
46	5	4	3	4	5	21
47	4	4	4	4	5	21
48	5	4	3	4	5	21
49	5	4	4	5	4	22
50	5	4	5	4	4	22
51	4	5	4	3	3	19
52	4	4	4	4	5	21
53	5	4	3	4	5	21
54	4	4	4	4	5	21
55	5	4	3	4	5	21
56	5	4	4	5	4	22
57	4	5	5	5	4	23
58	5	5	5	4	4	23
59	5	5	5	5	5	25
60	5	5	5	5	5	25
61	4	5	4	5	5	23
62	5	5	4	4	4	22
63	2	2	2	2	2	10
64	4	4	4	5	4	21
65	5	5	5	5	5	25
66	2	2	2	2	2	10
67	4	4	4	5	4	21
68	5	5	5	5	5	25
69	4	5	5	5	4	23
70	5	5	5	4	4	23
71	5	5	5	5	5	25
72	5	5	5	5	5	25
73	4	5	4	5	5	23
74	5	5	4	4	4	22
75	2	2	2	2	2	10
76	4	4	4	5	4	21
77	5	5	5	5	5	25
78	4	5	5	5	5	24

79	5	5	5	5	5	25
80	4	4	3	4	4	19
81	4	4	4	4	4	20
82	5	5	5	5	5	25
83	5	5	5	4	4	23
84	5	5	5	4	5	24
85	4	4	3	4	4	19
86	4	4	4	4	4	20
87	5	5	5	5	5	25
88	5	5	5	5	5	25
89	4	4	4	5	4	21
90	4	5	2	4	4	19
91	4	5	4	4	4	21
92	5	5	4	3	4	21
93	5	5	4	4	4	22
94	5	4	4	4	4	21
95	2	4	4	3	4	17
96	4	5	4	4	5	22
97	5	4	5	4	4	22
98	4	5	4	3	3	19
99	4	4	4	4	5	21
100	5	4	3	4	5	21
101	4	4	4	4	5	21
102	5	4	3	4	5	21
103	5	4	4	5	4	22
104	4	5	5	5	4	23
105	5	5	5	4	4	23
106	5	5	5	5	5	25
107	5	5	5	5	5	25
108	4	5	4	5	5	23
109	5	5	4	4	4	22
110	2	2	2	2	2	10
111	4	4	4	5	4	21
112	5	5	5	5	5	25
113	4	5	5	5	5	24
114	5	5	5	5	5	25
115	4	4	3	4	4	19
116	4	4	4	4	4	20
117	5	5	5	5	5	25
118	5	5	5	4	4	23
119	5	5	5	4	5	24

120	4	4	3	4	4	19
121	4	4	4	4	4	20
122	4	5	4	5	5	23
123	5	5	4	4	4	22
124	2	2	2	2	2	10
125	4	4	4	5	4	21
126	5	5	5	5	5	25
127	4	5	5	5	5	24
128	5	5	5	5	5	25
129	4	4	3	4	4	19
130	4	4	4	4	4	20
131	5	5	5	5	5	25
132	4	5	4	5	5	23
133	5	5	4	4	4	22
134	2	2	2	2	2	10
135	4	4	4	5	4	21
136	5	5	5	5	5	25
137	4	5	5	5	5	24
138	5	5	5	5	5	25
139	4	4	3	4	4	19
140	4	4	4	4	4	20
141	5	5	5	5	5	25
142	2	2	2	2	2	10
143	4	4	4	5	4	21
144	5	5	5	5	5	25
145	2	2	2	2	2	10
146	4	4	4	5	4	21
147	5	5	5	5	5	25
148	4	4	3	4	4	19
149	4	4	4	4	4	20
150	5	5	5	5	5	25
151	5	5	5	4	4	23
152	5	5	5	4	5	24
153	4	4	3	4	4	19
154	4	4	4	4	4	20
155	4	4	4	4	4	20
156	4	5	5	5	4	23
157	5	5	5	4	4	23
158	5	5	5	5	5	25
159	5	5	5	5	5	25
160	4	5	4	5	5	23

161	5	5	4	4	4	22
162	2	2	2	2	2	10
163	4	4	4	5	4	21
164	5	5	5	5	5	25
165	4	5	5	5	5	24
166	5	5	5	5	5	25
167	4	4	3	4	4	19
168	4	4	4	4	4	20
169	5	5	5	5	5	25
170	5	5	5	4	4	23
171	5	5	5	4	5	24
172	4	4	3	4	4	19
173	4	4	4	4	4	20
174	5	5	4	4	4	22
175	2	2	2	2	2	10
176	4	4	4	5	4	21



Lampiran 10. Penilaian Kuesioner Tanggapan Responden Tentang Kinerja UKM

resp	1	2	3	4	5	6	jml
1	3	2	3	2	3	2	15
2	3	2	3	1	3	1	13
3	3	2	3	1	3	1	13
4	3	2	3	1	3	1	13
5	3	2	3	2	3	2	15
6	3	2	3	1	3	1	13
7	3	2	3	1	3	1	13
8	3	2	3	1	3	1	13
9	3	2	3	2	3	2	15
10	3	2	3	1	3	1	13
11	3	2	3	1	3	1	13
12	3	2	3	1	3	1	13
13	3	2	3	2	3	2	15
14	3	2	3	1	3	1	13
15	3	2	3	1	3	1	13
16	3	2	3	1	3	1	13
17	4	1	4	2	4	1	16
18	4	1	4	2	4	1	16
19	4	1	4	2	4	1	16
20	4	1	4	2	4	1	16
21	4	1	4	2	4	1	16
22	4	1	4	2	4	1	16
23	4	1	4	2	4	1	16
24	4	1	4	2	4	1	16
25	4	1	4	2	4	1	16
26	4	1	4	2	4	1	16
27	4	1	4	2	4	1	16
28	4	1	4	2	4	1	16
29	4	1	4	2	4	1	16
30	4	1	4	2	4	1	16
31	4	1	4	2	4	1	16
32	4	1	4	2	4	1	16
33	4	1	4	2	4	1	16
34	4	1	4	2	4	1	16
35	4	1	4	2	4	1	16
36	3	2	3	1	3	1	13

37	3	2	3	1	3	1	13
38	3	2	3	2	3	2	15
39	3	2	3	1	3	1	13
40	3	2	3	1	3	1	13
41	3	2	3	1	3	1	13
42	4	1	4	2	4	1	16
43	4	1	4	2	4	1	16
44	4	1	4	2	4	1	16
45	4	1	4	2	4	1	16
46	4	1	4	2	4	1	16
47	4	1	4	2	4	1	16
48	4	1	4	2	4	1	16
49	4	1	4	2	4	1	16
50	4	1	4	2	4	1	16
51	4	1	4	2	4	1	16
52	3	2	3	1	3	1	13
53	3	2	3	1	3	1	13
54	3	2	3	2	3	2	15
55	3	2	3	1	3	1	13
56	3	2	3	1	3	1	13
57	3	2	3	1	3	1	13
58	4	1	4	2	4	1	16
59	4	1	4	2	4	1	16
60	4	1	4	2	4	1	16
61	4	1	4	2	4	1	16
62	4	1	4	2	4	1	16
63	4	1	4	2	4	1	16
64	4	1	4	2	4	1	16
65	4	1	4	2	4	1	16
66	3	2	3	2	3	2	15
67	3	2	3	1	3	1	13
68	3	2	3	1	3	1	13
69	3	2	3	1	3	1	13
70	3	2	3	2	3	2	15
71	3	2	3	1	3	1	13
72	3	2	3	1	3	1	13
73	3	2	3	1	3	1	13
74	3	2	3	2	3	2	15
75	3	2	3	1	3	1	13
76	3	2	3	1	3	1	13
77	3	2	3	1	3	1	13

78	3	2	3	2	3	2	15
79	3	2	3	1	3	1	13
80	3	2	3	1	3	1	13
81	3	2	3	1	3	1	13
82	4	1	4	2	4	1	16
83	4	1	4	2	4	1	16
84	4	1	4	2	4	1	16
85	4	1	4	2	4	1	16
86	3	2	3	2	3	2	15
87	3	2	3	1	3	1	13
88	3	2	3	1	3	1	13
89	3	2	3	1	3	1	13
90	3	2	3	2	3	2	15
91	3	2	3	1	3	1	13
92	3	2	3	1	3	1	13
93	3	2	3	1	3	1	13
94	3	2	3	2	3	2	15
95	3	2	3	1	3	1	13
96	3	2	3	1	3	1	13
97	3	2	3	1	3	1	13
98	3	2	3	2	3	2	15
99	3	2	3	1	3	1	13
100	3	2	3	1	3	1	13
101	3	2	3	1	3	1	13
102	4	1	4	2	4	1	16
103	4	1	4	2	4	1	16
104	4	1	4	2	4	1	16
105	4	1	4	2	4	1	16
106	3	2	3	2	3	2	15
107	3	2	3	1	3	1	13
108	3	2	3	1	3	1	13
109	3	2	3	1	3	1	13
110	3	2	3	2	3	2	15
111	3	2	3	1	3	1	13
112	3	2	3	1	3	1	13
113	3	2	3	1	3	1	13
114	3	2	3	2	3	2	15
115	3	2	3	1	3	1	13
116	3	2	3	1	3	1	13
117	3	2	3	1	3	1	13
118	3	2	3	2	3	2	15

119	3	2	3	1	3	1	13
120	3	2	3	1	3	1	13
121	3	2	3	1	3	1	13
122	4	1	4	2	4	1	16
123	4	1	4	2	4	1	16
124	4	1	4	2	4	1	16
125	4	1	4	2	4	1	16
126	3	2	3	2	3	2	15
127	3	2	3	1	3	1	13
128	3	2	3	1	3	1	13
129	3	2	3	1	3	1	13
130	3	2	3	2	3	2	15
131	3	2	3	1	3	1	13
132	3	2	3	1	3	1	13
133	3	2	3	1	3	1	13
134	3	2	3	2	3	2	15
135	3	2	3	1	3	1	13
136	3	2	3	1	3	1	13
137	3	2	3	1	3	1	13
138	3	2	3	2	3	2	15
139	3	2	3	1	3	1	13
140	3	2	3	1	3	1	13
141	3	2	3	1	3	1	13
142	4	1	4	2	4	1	16
143	4	1	4	2	4	1	16
144	4	1	4	2	4	1	16
145	4	1	4	2	4	1	16
146	3	2	3	2	3	2	15
147	3	2	3	1	3	1	13
148	3	2	3	1	3	1	13
149	3	2	3	1	3	1	13
150	3	2	3	2	3	2	15
151	3	2	3	1	3	1	13
152	3	2	3	1	3	1	13
153	3	2	3	1	3	1	13
154	3	2	3	2	3	2	15
155	3	2	3	1	3	1	13
156	3	2	3	1	3	1	13
157	3	2	3	1	3	1	13
158	3	2	3	2	3	2	15
159	3	2	3	1	3	1	13

160	3	2	3	1	3	1	13
161	3	2	3	1	3	1	13
162	4	1	4	2	4	1	16
163	4	1	4	2	4	1	16
164	4	1	4	2	4	1	16
165	4	1	4	2	4	1	16
166	3	2	3	2	3	2	15
167	3	2	3	1	3	1	13
168	3	2	3	1	3	1	13
169	3	2	3	1	3	1	13
170	3	2	3	2	3	2	15
171	3	2	3	1	3	1	13
172	3	2	3	1	3	1	13
173	3	2	3	1	3	1	13
174	3	2	3	2	3	2	15
175	3	2	3	1	3	1	13
176	3	2	3	1	3	1	13

