

HALAMAN JUDUL TUGAS AKHIR
PENGARUH KECEPATAN INOVASI DAN PENCIPTAAN
PENGETAHUAN TERHADAP DAYA SAING UMKM

SKRIPSI



Ditulis Oleh:

Nama : Dimas Bagus Yulian Putra Syahgita
NIM : 15311408
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Manajemen Operasi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI
YOGYAKARTA
2022

**PENGARUH KECEPATAN INOVASI DAN PENCIPTAAN
PENGETAHUAN TERHADAP DAYA SAING UMKM**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar
Sarjana Strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika,
Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Dimas Bagus Yulian Putra Syahgita
NIM : 15311408
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Manajemen Operasi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI
YOGYAKARTA**

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain 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 kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 18 Agustus 2022

Penulis,



Dimas Bagus Yulian Putra Syahgita

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KECEPATAN INOVASI DAN PENCIPTAAN PENGETAHUAN TERHADAP DAYA SAING UMKM

Nama : Dimas Bagus Yulian Putra Syahgita

Nomor Mahasiswa : 15311408

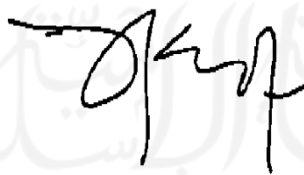
Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Manajemen Operasi

Yogyakarta, 15 Agustus 2022

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen pembimbing,



Siti Nursyamsiah, Dra.,M.M

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

**TUGAS AKHIR BERJUDUL
PENGARUH KECEPATAN INOVASI DAN PENCIPTAAN PENGETAHUAN TERHADAP
DAYA SAING UMKM**

Disusun Oleh : **DIMAS BAGUS YULIAN PUTRA SYAHGITA**
Nomor Mahasiswa : **15311408**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Kamis, 15 September 2022

Penguji/ Pembimbing TA : Siti Nursyamsiah, Dra., M.M.



Penguji : Dessy Isfianadewi, Dr., SE., MM.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menyelidiki peran dari Penciptaan Pengetahuan sebagai mediasi antara kecepatan inovasi serta daya saing usaha mikro kecil serta menengah. Penciptaan Pengetahuan yang berbasis kompetensi serta pasar umumnya dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan batasan serta memperlebar jarak bagi pelaku usaha yang baru menggunakan bisnis yang sejenis dan mencoba untuk masuk kepasar. Objek penelitian ini adalah UMKM yang ada wilayah di Yogyakarta. Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yang diambil terdiri dari pemilik usaha UMKM, manajer/pengelola usaha dan staff operasional yang berjumlah 110. menggunakan pengumpulan data kuesioner, serta pengolahan data dilakukan menggunakan analisis PLS-SEM memakai perangkat lunak SmartPLS versi 3.0. Hasil dari penelitian ini menandakan bahwa kecepatan inovasi berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM dan penciptaan pengetahuan menjadi variable mediasi berpengaruh positif antara kecepatan inovasi serta daya saing UMKM di Yogyakarta.

Kata Kunci : Kecepatan Inovasi, Penciptaan Pengetahuan, Daya Saing UMKM



ABSTRACT

The goal of this study is to identify and explore the function of knowledge creation as a mediator between the rate of innovation and the competitiveness of micro, small, and medium-sized businesses. Companies typically produce knowledge based on competence and market to set boundaries and increase the distance for new business players to utilize similar enterprises and try to enter the market. The UMKM in Yogyakarta is the subject of this investigation. 110 MSME business owners, managers, and operational personnel were included in the sampling utilizing purposive sampling. Data processing was done using PLS-SEM analysis using SmartPLS version 3.0 software employing questionnaire data collecting. The findings of this study show that innovation speed has a favorable impact on the competitiveness of MSMEs, and that knowledge creation serves as a mediating factor between innovation speed and MSMEs' competitiveness in Yogyakarta.

Keywords : Innovation Speed, Knowledge Creation, Competitiveness of SMEs



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan pada Allah SWT yang sudah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya. Shalawat serta salam tidak lupa penulis haturkan pada Nabi Muhammad SAW bersama para sahabat yang sudah memberikan dan mengajarkan kebaikan bagi seluruh umat manusia pada dunia. Atas kehendak Allah SWT, akhirnya penulis bisa menuntaskan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kecepatan Inovasi dan Penciptaan Pengetahuan Terhadap Daya Saing UMKM”**. Skripsi disusun bertujuan untuk memenuhi syarat salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata (S1) pada program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Pada proses penulisan skripsi ini, penulis menghadapi banyak sekali rintangan dan halangan, namun dengan rahmat dan karunia dari sang maha besar Allah SWT, dukungan, dorongan, doa dari berbagai pihak, akhirnya penulis bisa mengatasi rintangan serta halangan tersebut. oleh karena itu, izinkan penulis untuk mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas segala limpahan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, sehingga selalu diberikan kelancaran serta kemudahan untuk menyusun skripsi ini.
2. Orang tua penulis, Bapak Sugiarna dan Ibu Sugianti yang memberikan kasih sayang tanpa henti, yang selalu mendoakan saya, dan memberikan

dukungan serta jerih payahnya dalam membina dan membesarkan saya sebagai seorang anak.

3. Ibu Siti Nursyamsiah Dra.,M.M selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih banyak atas bimbingan yang diberikan kepada penulis dan waktu yang diluangkan untuk memberikan bimbingan selama ini. Semoga kebaikan Ibu selama ini akan menjadi ladang pahala dan akan dibalas oleh Allah SWT. Semoga Ibu dan sekeluarga selalu dalam lindungan Allah SWT dan selalu diberikan kesehatan dan kebahagiaan.
4. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc, Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh jajaran pimpinan Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Jaka Sriyana, Dr., S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Anjar Priyono, SE., M.Si., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Ervina Gita Ayu Fitrianingrum selaku kakak kandung penulis. Terima kasih atas dukungan, motivasi, perdebatan, susah dan senang yang selalu diberikan kepada penulis.
8. Para responden yang telah banyak membantu penulis dalam mengumpulkan data penelitian.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan penulis satu per-satu yang telah memberikan doa, dorongan, serta bantuan kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi isi juga penyajiannya. oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik serta saran yang bisa digunakan menjadi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta tambahan wawasan kepada seluruh pihak.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh



Yogyakarta, 18 Agustus 2022

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dimas Bagus Yulian Putra Syahgita'. The signature is written in a cursive, flowing style.

Dimas Bagus Yulian Putra Syahgita

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL TUGAS AKHIR.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	17
1.1 Latar Belakang.....	17
1.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	20
1.4 Manfaat Penelitian.....	21
BAB II.....	23
2.1 Landasan Teori.....	23

2.1.1 Inovasi	23
2.1.2 Kecepatan Inovasi	23
2.1.3 Penciptaan Pengetahuan.....	26
2.1.4 Daya Saing	29
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Formulasi Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
2.4 Kerangka Penelitian	36
BAB III	37
3.1. Lokasi Penelitian.....	37
3.2. Pendekatan Penelitian	37
3.3. Populasi dan Sampel	37
3.4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.1. Jenis Data	38
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4.3 Skala Pengukuran.....	39
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.5.1 Kecepatan Inovasi	40
3.5.2 Penciptaan Pengetahuan.....	40
3.5.3 Daya Saing	41
3.6 Metode Analisis Data.....	42

3.6.1 Analisis Deskriptif	42
3.6.2 Analisis Inferensial.....	43
BAB IV	46
4.1 Analisis Deskriptif	46
4.1.1 Karakteristik Responden	46
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	48
4.2 Evaluasi Model.....	52
4.2.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	52
4.2.2 Model Strukturan (<i>Inner Model</i>).....	55
4.3 Hasil Pengujian Hipotesis	57
4.4 Pembahasan.....	62
4.4.1 Pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKM	62
4.4.2 Pengaruh kecepatan inovasi terhadap penciptaan pengetahuan.....	63
4.4.3 Pengaruh penciptaan pengetahuan terhadap daya saing di UMKM	65
4.4.4 Pengaruh penciptaan pengetahuan dapat menjadi mediasi hubungan antara kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKM.....	66
BAB V.....	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran.....	69
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	70

DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Responden Menurut Jumlah Karyawan	46
Tabel 4.2 Responden Menurut Lama Usaha UMKM	46
Tabel 4.3 Responden menurut Omzet per Tahun UMKM.....	47
Tabel 4.4 Responden Menurut Jabatan	48
Tabel 4. 5 Tabel Deskriptif Variabel Kecepatan Inovasi.....	49
Tabel 4. 6 Tabel Deskriptif Variabel Penciptaan Pengetahuan.....	50
Tabel 4. 7 Tabel Deskriptif Variabel Daya Saing UMKM	51
Tabel 4. 8 Uji Validitas Konvergen	53
Tabel 4. 9 Uji Validitas Diskriminan (\sqrt{AVE}).....	54
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas	55
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian R-Square	56
Tabel 4. 12 Pengujian Langsung.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	36
Gambar 4. 1 Hasil Model Struktural	56
Gambar 4. 2 Hasil Pengujian Hipotesis	58



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN.....	78
LAMPIRAN 2. DAFTAR DATA PROFIL RESPONDEN	83
LAMPIRAN 3. DAFTAR DATA VARIABEL	95
LAMPIRAN 4. UJI OUTER MODEL DI SMARTPLS 3.0.....	111
LAMPIRAN 5. UJI INNER MODEL DI SMARTPLS 3.0.....	112



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin kuatnya persaingan di era globalisasi saat ini membuat semua pelaku usaha diharuskan untuk bisa beradaptasi dengan tuntutan global. Manajemen pengetahuan (*knowledge management*) dan inovasi saat ini telah menjadi fenomena yang menarik dan memberikan pengaruh pada kinerja bisnis dalam skala global, khususnya di Indonesia. Situasi ini memaksa pelaku usaha untuk meningkatkan kinerja sehingga dapat melakukan kompetisi sesuai dengan kebutuhan pasar.

Pelaku usaha tersebut salah satunya adalah Usaha Mikro Kecil Menengah atau sering disebut UMKM. UMKM memiliki kriteria di antaranya adalah barang yang diproduksi dapat berganti-ganti, lokasi UMKM tidak selalu sama artinya dapat berpindah-pindah karena berdasarkan izin badan usaha UMKM tidak termasuk tanah dan bangunan, dalam kegiatan dan aktivitas perdagangannya belum memiliki administrasi organisasi yang disebabkan oleh belum tersedianya peraturan kebijakan dari badan usaha itu sendiri.

Pengertian UMKM menurut UU No. 20 Tahun 2008 adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam Undang-Undang. UMKM adalah istilah umum yang merujuk pada usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dimiliki perorangan atau badan usaha sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh Undang-undang No. 20 tahun 2018. Sektor UMKM memiliki.

memainkan peran utama di sektor keuangan Indonesia dalam hal penyerapan tenaga kerja dan dukungan untuk produk domestik bruto (BPS, 2013). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki kontribusi yang cukup besar meliputi bertambahnya lowongan pekerjaan dan penyerapan tenaga kerja. Selain itu, Menurut data Kementerian Koperasi tahun 2018 juga memaparkan bahwa UMKM memiliki Kontribusi yang besar pada Produk Domestik Bruto atau (PDB). Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2018 sebesar Rp. 14.800 triliun maka UKM di Indonesia menyumbang sebesar 57,8 persen.

Menteri Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Teten Masduki (2021) bahwa UMKM di Indonesia masih relatif rendah sehingga menjadi permasalahan dalam perkembangan UKMM di Indonesia. Selain itu, salah satu faktor dari penyebab rendahnya daya saing UMKM di Indonesia adalah rendahnya inovasi yang dilakukan oleh para pengusaha (Djumilah *et al.*2017). Inovasi memainkan peran penting dalam mencapai keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja organisasi dalam lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat (Phong dan Hui, 2018).

Menurut Kathandaraman dan Wilson (2001), salah satu kunci sukses perusahaan dalam persaingan bisnis adalah memiliki dan mempertahankan keunggulan kompetitif yang terletak pada kemampuan perusahaan untuk membedakan diri dengan pesaingnya dan kemampuan produksi dengan biaya yang lebih rendah.

Penciptaan pengetahuan dianggap sebagai salah satu aset utama organisasi inovatif, dan organisasi inovatif disiapkan oleh penciptaan pengetahuan.

Tampaknya inovasi dan penciptaan pengetahuan didefinisikan dengan sendirinya. Nonaka dan Takeuchi (1995) dalam studi mereka tentang penciptaan pengetahuan, serta studi sebelumnya dari Bell (1976) dan Drucker (1969), sangat terfokus pada produksi pengetahuan baru dalam perspektif ekonomi pengetahuan. Bagi Lindley (2003), masyarakat pengetahuan adalah perubahan struktural jangka panjang dalam perekonomian, dan produksi, penyebaran, dan penggunaan pengetahuan akan memainkan peran penting sebagai sumber penciptaan dan eksploitasi kekayaan.

Daya saing perusahaan adalah kemampuan untuk menang secara konsisten dalam jangka panjang dalam situasi kompetitif. Empat faktor prioritas kapabilitas yang harus dioperasikan oleh perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif adalah biaya, kualitas, waktu dan fleksibilitas (Krajewski dan Ritzman, 2005). Fenomena munculnya pengetahuan seperti itu tidak dipelajari; bahkan menurut Senge (1990), sistem sebagai faktor kunci antara rasionalitas dan intuisi tidak berfokus pada penciptaan pengetahuan sebagai suatu proses. Ini juga yang menjadi motif Nonaka dan Takeuchi untuk gagasan proses penciptaan pengetahuan, sangat bergantung pada Polany (1997) bekerja berdasarkan pengetahuan pribadi. Organisasi pembelajaran yang berbeda adalah organisasi yang menciptakan. Fokus di sini adalah pada penciptaan pengetahuan sebagai proses, faktor yang hilang dalam teori tentang organisasi pembelajaran. Proses ini dijelaskan dalam satu dimensi: eksplisit (atau kodefied) pengetahuan menjadi pengetahuan implisit (atau pengetahuan tacit) dan empat proses (sosialisasi, eksternalisasi, internalisasi, dan kombinasi).

Pembelajaran organisasi akan menjadi kondisi yang diperlukan untuk menciptakan pengetahuan, dan semua proses penciptaan pengetahuan, inovasi dan transformasi informasi (belajar untuk belajar) dapat digambarkan sebagai proses siklus dan peluncuran. Meskipun mungkin terlihat seperti proses internal sepenuhnya, dampak dari dunia luar jelas. Pengetahuan baru akan diinduksi langsung dan tidak langsung dari luar ke dalam proses penciptaan pengetahuan dan inovasi. Meskipun telah terdapat penelitian tentang pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing bisnis, namun jumlahnya sangat terbatas. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kecepatan Inovasi dan Penciptaan Pengetahuan Terhadap Daya Saing UMKM”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dikemukakan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kecepatan inovasi berpengaruh terhadap daya saing UMKM ?
2. Apakah kecepatan inovasi berpengaruh terhadap penciptaan pengetahuan ?
3. Apakah penciptaan pengetahuan berpengaruh terhadap daya saing di UMKM ?
4. Apakah penciptaan pengetahuan dapat menjadi mediasi hubungan antara kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKM ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kecepatan inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM.
2. Untuk mengetahui pengaruh kecepatan inovasi terhadap penciptaan pengetahuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh penciptaan pengetahuan terhadap daya saing UMKM.
4. Untuk mengetahui pengaruh mediasi penciptaan pengetahuan antara kecepatan inovasi dan daya saing UMKM.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi :

1. Bagi UMKM

Diharapkan dari penelitian ini dapat menambah wawasan perusahaan untuk mengetahui kecepatan inovasi terhadap keunggulan bersaing serta pengaruh dari penciptaan pengetahuan sebagai variable mediasi antara kecepatan inovasi dan daya saing UMKM

2. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi berupa ilmu teoretis dalam bidang ilmu manajemen pengetahuan dan inovasi, yakni tentang peran kecepatan inovasi dan penciptaan pengetahuan terhadap keunggulan bersaing.

3. Bagi Penulis Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penulis selanjutnya untuk memperkuat empiris pada penelitian di bidang manajemen pengetahuan dan inovasi.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Inovasi

Inovasi merupakan hal yang sangat penting dilakukan dalam persaingan bisnis saat ini. Inovasi sendiri menjadi tuntutan bagi para pelaku bisnis yang mereka jalani, baik dari usaha skala mikro, kecil, dan menengah. Inovasi dalam bisnis sangatlah penting karena faktor perkembangan ekonomi yang terus bergerak cepat. Tidak sedikit usaha yang harus gulung tikar karena tidak dapat beradaptasi dan tidak berinovasi dalam mengembangkan usaha mereka. Perusahaan bisnis yang memiliki kemampuan inovatif dapat menghadapi lingkungan global yang lebih kompetitif dan mereka akan dapat mencapai kinerja dan pertumbuhan bisnis yang lebih baik.

Sutirna, H. (2018: 23) menyatakan bahwa inovasi adalah suatu ide, hal-hal yang praktis, metode, cara, barang-barang buatan manusia, yang diamati atau dirasakan sebagai suatu yang baru bagi seseorang atau kelompok orang (masyarakat). Sedangkan menurut Hutagalung & Hermawan, D. (2018: 26) inovasi merupakan suatu penemuan baru yang berbeda dari yang sebelumnya berupa hasil pemikiran dan ide yang dapat dikembangkan juga diimplementasikan agar dirasakan manfaatnya. Berdasarkan pemaparan ahli di atas dapat disimpulkan bahwa inovasi adalah suatu proses dimana seseorang dapat mengubah suatu kesempatan menjadi peluang ide yang dapat dikembangkan dan diterima lingkungan. Sebuah inovasi lebih dari sekedar ide biasa, melainkan sebuah pemikiran kreatif yang dikembangkan menjadi gagasan yang berharga. Inovasi

merupakan pencarian yang dilakukan dengan sepenuh hati melalui hasil pemikiran, riset, pengalaman, dan kerja yang disempurnakan.

Namun dalam hal inovasi, tidak semuanya berhasil. Banyak perusahaan, seperti Blackberry, Nokia dan Motorola, telah berinovasi tetapi gagal. Ada banyak contoh perusahaan yang tetap gagal dalam berinovasi karena berbagai faktor antara lain, Cepat kehilangan inovasi, daya saing, atau produk inovatif yang tidak diterima pasar. Oleh karena itu, perusahaan yang ingin berinovasi harus memiliki kecepatan inovasi yang lebih baik dari pesaingnya agar tetap bertahan di pasar dan mencapai keunggulan bersaing.

2.1.2 Kecepatan Inovasi

Kecepatan inovasi menciptakan respon yang cepat pada lingkungan dengan memperkenalkan produk baru dalam waktu yang lebih singkat dan biaya yang rendah, dan akan meningkatkan kinerja perusahaan. Kecepatan inovasi dianggap sebagai elemen inti dari strategi inovasi karena tiga alasan. Pertama karena adanya hubungan positif antara waktu ke pasar dan keberhasilan keseluruhan produk baru, karena kecepatan inovasi mengarah pada kinerja produk baru yang unggul (Chen et al., 2005) Kedua, kecepatan inovasi dapat memberikan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Kecepatan inovasi adalah sumber daya yang berharga bagi perusahaan karena memungkinkan mereka agar tetap berhubungan dekat dengan pelanggan dan kebutuhan mereka. Ketiga, persaingan yang semakin ketat, perkembangan teknologi di pasar dan siklus hidup produk yang lebih pendek mendorong perusahaan untuk berinovasi lebih cepat (Lynn et al., 2000 dalam Carbonell et al., 2010).

Kecepatan inovasi juga mencerminkan kemampuan perusahaan untuk meminimalkan waktu yang dibutuhkan untuk mengembangkan produk dan proses baru dibandingkan dengan pesaingnya (Allocca dan Kessler, 2006).

Wang (2016) Ia menyatakan bahwa inovasi memiliki dua elemen penting yaitu kecepatan dan kualitas inovasi. Dalam hal inovasi, tidak jarang bisnis gagal karena sudah terlambat untuk berinovasi. Perusahaan yang dalam berinovasi memiliki pilihan untuk meningkatkan kualitas produk, meminimalkan biaya pengembangan produk, dan menetapkan harga di pasar. Selain itu, perusahaan yang berinovasi lebih cepat dari pesaingnya mendapatkan lebih banyak pelanggan, lebih banyak pangsa pasar, tingkat margin yang lebih tinggi, waktu penjualan yang lebih lama, dan daya saing yang lebih (Smith dan Reinertsen, 1995 dalam Djumilah et al., 2017).

Kecepatan dalam berinovasi dibutuhkan oleh suatu usaha agar tetap bertahan dan berkembang. Semakin cepatnya inovasi yang cepat sebuah usaha dapat meluncurkan produk mereka lebih cepat dari para pesaing sehingga dapat mengambil kemungkinan mendapatkan konsumen yang lebih banyak pula. Maka dari itu para pelaku usaha harus menekankan tambahan pada kecepatan inovasi karena dapat menjadi sebuah elemen penting agar dapat memiliki keunggulan posisi dibandingkan dengan para pesaing tuk mencapai peningkatan kinerja perusahaan secara keseluruhan dan daya saing berkelanjutan.

Kecepatan inovasi bisa berarti mempersingkat waktu dalam proses produksi atau cepatnya proses masuknya produk baru ke pasar. Kecepatan dalam berinovasi muncul sebagai faktor penting dari keberhasilan strategis dalam suatu usaha.

Kecepatan inovasi merupakan sebuah konsep dalam pengembangan sebuah produk yang dapat menunjukkan efisiensi sebuah usaha dalam proses pengembangan produk dan juga kecepatan masuknya sebuah produk ke pasaran (Kessler & Bierly 2002).

2.1.3 Penciptaan Pengetahuan

Knowledge Creation (Penciptaan Pengetahuan) adalah suatu proses dalam menciptakan suatu pengetahuan melalui siklus tertentu disertai dengan media dan adanya transfer pengetahuan kepada orang lain. Dengan menerapkan sistem *Knowledge Creation* dalam organisasi dengan baik, organisasi akan terus memperbaiki diri dan menghasilkan karya yang kreatif dan inovatif secara berkelanjutan dalam menghadapi lingkungan yang selalu berubah.

Knowledge juga relatif terhadap situasi tertentu. Tanpa sebuah konteks, hanya berupa informasi saja, itu bukan knowledge (Nonaka et. al., 2001). Dalam rangka menciptakan konteks, individu melakukan interaksi sosial, untuk menciptakan pengetahuan (Nonaka et. al. 2001). Dalam organisasi, pengetahuan diperoleh dari individu-individu atau kelompok orang-orang yang mempunyai pengetahuan atau kadang kala dalam rutinitas organisasi. Pengetahuan ini diperoleh dari media dengan data dan informasi yang terstruktur seperti buku dan dokumen, hubungan orang ke orang yang berkisar dari pembicaraan ringan hingga ilmiah.

Menurut Nonaka (1991) ada dua jenis *Knowledge* yang terdapat dalam setiap organisasi, yaitu *Tacit* dan *Explicit Knowledge*. Pengetahuan tacit meliputi model mental, kepercayaan, dan persuasi dari setiap pekerja. Pengetahuan tacit ini ada di dalam individu dan sulit diekspresikan dengan kata-kata. Dalam kebanyakan organisasi Pengetahuan Tacit ini jarang disaling bagikan atau dikomunikasikan.

Oleh karena itu pengetahuan ini akan hilang manakala individu yang memilikinya meninggalkan organisasi. Pengetahuan tacit juga dapat dipandang sebagai pengetahuan yang terdapat di dalam budaya organisasi, misalnya motivasi dan kemampuan adaptasi yang ditunjukkan oleh pekerja yang bekerja pada suatu budaya perusahaan tertentu, termasuk gagasan, persepsi, cara berpikir, wawasan, keahlian/kemahiran, dan sebagainya.

Explicit Knowledge adalah pengetahuan yang dapat dikodifikasi, dapat dibagikan dan dikomunikasikan kepada orang lain. Pengetahuan eksplisit dapat diungkapkan dengan kata-kata dan angka, disebarkan dalam bentuk data, spesifikasi, dan buku petunjuk. Sebagian besar organisasi telah melakukan proses pengelolaan pengetahuan melalui pengambilan, penyimpanan, diolah dalam suatu sistem, atau teknologi operasi tertentu sehingga tersedia dan dapat digunakan oleh semua anggota organisasi. Contoh dari Pengetahuan eksplisit ini adalah manual, buku, laporan, dokumen surat dan sebagainya.

Pengetahuan diciptakan melalui interaksi antara manusia dan struktur lembaga sosial. Tindakan kita dan interaksi dengan lingkungan membentuk dan membangun pengetahuan melalui proses konversi pengetahuan tacit dan eksplisit. Argumen dasar adalah bahwa penciptaan pengetahuan merupakan proses sintesis melalui organisasi yang berinteraksi dengan individu dan lingkungan untuk mengatasi kontradiksi wajah organisasi yang muncul. Hal ini merupakan interkoneksi antara agen dan struktur yang membuat proses pengetahuan terjadi sebagai interaksi dinamis antar link dari tingkat individu ke masyarakat (Nonaka &

Toyama, 2003). Terdapat 4 model knowledge creation yang sudah diidentifikasi yaitu *Socialization, Externalization, Combination* dan *Internalization* (SECI):

- Proses Sosialisasi (*Socialization*) merupakan proses yang paling dasar dalam melakukan penyebaran suatu pengetahuan. Pada proses sosialisasi terjadi interaksi sosial antar individu sehingga terjadi interaksi antara pengetahuan tacit, umumnya bentuk proses sosialisasi adalah diskusi, cerita, ataupun sharing (berbagi) pengalaman
- Proses Eksternalisasi (*Externalization*) merupakan proses pengubahan/penerjemahan pengetahuan dalam bentuk tacit menjadi pengetahuan yang explicit (nyata), umumnya dalam bentuk tulisan maupun gambar. Proses eksternalisasi tersebut dapat membantu pengubahan tacit seseorang ke dalam bentuk pengetahuan explicit yang dapat dipahami dengan mudah oleh orang lain.
- Proses Kombinasi (*Combination*) terjadi penyebaran dan/atau pengembangan dari pengetahuan-pengetahuan eksplisit yang telah ada. Pengetahuan yang telah terdokumentasikan dapat disebarluaskan melalui suatu pertemuan dalam bentuk dokumen ataupun melalui suatu proses pendidikan atau pelatihan. Pengetahuan dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menggabungkan atau mengolah berbagai pengetahuan dan dapat juga mencakup atau informasi yang telah ada sehingga didapatkan ataupun dihasilkan suatu pengetahuan baru.
- Proses Internalisasi (*Internalization*), terjadi perubahan pengetahuan explicit menjadi pengetahuan tacit, umum dilakukan melalui proses

belajar dan/atau penelitian yang dilakukan ataupun pengalaman yang dilalui oleh setiap individu

2.1.4 Daya Saing

Daya saing berasal dari bahasa latin yang berarti kerjasama dalam persaingan bisnis untuk memperebutkan pasar. Hipotesis mencirikan intensitas sebagai pemanfaatan metodologi penciptaan nilai oleh suatu organisasi, yang tidak dilakukan oleh pesaing secara bersamaan dan tidak akan cepat ditiru (Agus et al, 2015). Daya saing adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk melakukan dengan baik yang diadaptasi dari kemampuan dari sebuah perusahaan yang akan bersaing satu sama lain, dapat mencapai posisi kompetitif menguntungkan yang memungkinkan bersaing pada kinerja perusahaan. Menurut Kanter (Bismala Lila et. al, 2018:8) mengemukakan bahwa “para pemain kunci di pasar global adalah kelompok masyarakat yang memiliki kekayaan tak berwujud, yaitu konsep, kompetensi dan koneksi”. Konsep menjelaskan apa yang ingin dilakukan, yang berbeda dari kompetitor yang ada sehingga memiliki keunggulan yang tak tertandingi. Kompetensi menjelaskan kemampuan untuk mengelola bisnis, yang merupakan kombinasi dari ketrampilan dan pengetahuan, sehingga dalam perjalanannya dapat mengantisipasi apapun persoalan yang dihadapi. Sedangkan koneksi berarti bahwa pelaku bisnis harus mampu menjangkau apapun, siapapun dan di manapun. Dengan kemajuan teknologi informasi, koneksi dapat dilakukan ke seluruh penjuru dunia, dan memungkinkan perkembangan bisnis yang cepat.

Dalam iklim yang sangat serius dengan perubahan mekanis yang cepat, siklus hidup item akan menjadi lebih terbatas (Kessler et al, 2007) sehingga

kapasitas untuk membuat dan mengirimkan pengembangan item baru untuk dipamerkan lebih cepat daripada pesaing akan menjadi cara untuk mendapatkan keunggulan (Allocca dan Kessler, 2006). Hipotesis Black dan Porter (2000) mengatakan bahwa keseriusan dapat dicapai melalui:

- Menunjukkan perbaikan atas orang lain.
- Mencapai sesuatu yang sulit untuk ditiru orang lain.
- Melakukan sesuatu yang bernilai signifikan bagi klien.
- Melakukan sesuatu yang menantang untuk menggantikannya.
- Mencapai sesuatu yang memiliki pendapatan keseluruhan lebih besar daripada pesaing.

Efisiensi sering disinggung sebagai pengganti intensitas dan tanda yang layak dari kelayakan organisasi yang ditarik oleh banyak pencipta. Keseriusan pada tingkat hierarkis sebagai perkembangan rendah yang dicapai dalam pengeluaran yang lebih besar atau berbagai item yang menentukan biaya premium. Keseriusan UMKM adalah kapasitas UMKM untuk mengikuti dan memenangkan oposisi dengan organisasi yang sebanding (Black dan Porter, 2000; Krajewski dan Ritzman, 2005).

Efisiensi dan manfaat yang tinggi adalah tujuan dari UMKM, sementara persaingan untuk mencapai tujuan tersebut semakin sulit karena perubahan inovatif yang cepat dengan tujuan agar siklus hidup item lebih terbatas (Huang et al., 2002; Kessler et al., 2007). Oleh karena itu, kemampuan untuk membuat dan mengirimkan item inventif untuk dipamerkan lebih cepat daripada pesaing adalah salah satu kunci untuk memperoleh keunggulan (Allocca dan Kessler, 2006).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang sudah dilakukan oleh (Stefanus Yufra M. Taneo et al., 2019). Yang ditujukan untuk mengetahui hubungan antara kecepatan inovasi terhadap keunggulan bersaing pada kasus UMKM pangan di Malang Indonesia. Hasil dari penelitian tersebut membuktikan bahwa Kecepatan inovasi terbukti dengan hasil yang signifikan berdampak terhadap daya saing UMKM pangan.

Terdapat Penelitian yang dilakukan oleh (Chen et al 2006). Yang berjudul “The Influence of Green Innovation Performance on Corporate Advantage in Taiwan” yang menunjukkan bahwa kinerja Green Product Innovation, Kinerja Green Process Innovation memiliki hubungan positif terhadap daya saing perusahaan. Investasi yang dilakukan oleh perusahaan ssetry informasi dan elektronik di Taiwan dalam Green Innovation akan memengaruhi keunggulan bersaing. Selain itu, keunggulan bersaing juga dipengaruhi oleh skala perusahaan dan jumlah karyawan. Green Innovation tidak hanya meningkatkan produktivitas sumber daya, tetapi dapat meningkatkan profit perusahaan dan pengembangan produk sekaligus dapat meningkatkan citra perusahaan.

Sebuah penelitian yang sudah dilakukan oleh (Goktan et al 2011). Yang berisi tentang kecepatan inovasi dan inovasi radikalisme. Penelitian ini difokuskan pada perusahaan-perusahaan industri yang berteknologi tinggi. Dalam penelitian ini ada 500 perusahaan dari industri semi konduktor, peralatan audio video dan perangkat keras komputer, dengan lebih dari sepuluh karyawan, dipilih secara acak yang dipilih berdasarkan NAICS ((North American Industry Classification System). Hasil dari penelitian ini bahwasanya jenis inovasi yakni inovasi produk

radikal terbukti memiliki hubungan positif dengan kecepatan inovasi. Selain itu kesimpulan yang didapat dari penelitian ini bahwa perusahaan yang mampu bertahan telah menemukan cara untuk memberikan produk yang inovatif secara radikal dan mempersingkat waktu pengembangan produk pada saat yang sama agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis.

2.3 Formulasi Hipotesis

Sesuai dengan penelitian Stefanus Yufra M. Taneo et al., (2019) menemukan dampak positif dari kecepatan inovasi terhadap keunggulan bersaing. Daya saing diukur melalui produktivitas dan profitabilitas (Ambhastha dan Momaya, 2012).

Maka daya saing UMKM dapat ditingkatkan melalui kecepatan inovasi dan peningkatan penciptaan pengetahuan dan kecepatan inovasi secara lebih khususnya sebagai kemampuan perusahaan untuk meminimalkan waktu yang dibutuhkan untuk mengembangkan produk dan proses baru dibandingkan dengan pesaingnya.

H1 : Kecepatan.Inovasi berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM

Sesuai dengan penelitian Stefanus Yufra M. Taneo et al., (2019) menemukan dampak positif dari kecepatan inovasi terhadap penciptaan pengetahuan. Menurut Kessler, EH, Alloca, MA dan Rahman, N. (2007) peran yang dimiliki manajemen pengetahuan untuk kemampuan pemrosesan pengetahuan dan pada gilirannya memengaruhi kecepatan dan aktivitas inovasi. Huergo (2006) juga memberikan bukti peran positif yang dimainkan manajemen teknologi untuk kemungkinan dan keberhasilan inovasi perusahaan. Darroch et al. (2005) juga

mengkonfirmasi peran positif penyebaran pengetahuan terhadap keberhasilan inovasi. Menurut Kessler et.al. (2007) kecepatan inovasi memiliki pengaruh untuk memperpendek siklus hidup produk, sehingga akan memberikan dampak bagi pengembangan dan peluncuran produk yang lebih inovatif ke pasar dan akan lebih cepat dari pada pesaing yang mengakibatkan peningkatan daya saing bagi perusahaan (Allocca dan Kessler, 2006).

Kessler dkk. (2007) menganalisis pengaruh outsourcing dan aliansi sebagai pengetahuan eksternal yang memengaruhi kecepatan inovasi. Kedua penelitian ini menempatkan laju inovasi sebagai variabel terikat tanpa menganalisis hasil laju inovasi. Laju hasil inovasi yang dimaksud adalah daya saing UKM. Laju inovasi penting dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang cepat (Eisenhardt, 1989, 1990; Vinton, 1992, 1992; Jones, 1993), tetapi kecepatan inovasi belum memberikan hasil yang lebih baik (Rodriguez-Pinto dkk., 2011). Cho dkk. (2008) riset menentukan hasil penelitian sebagai hasil inovasi, bukan laju inovasi.

Inovasi yang meningkatkan kompetensi sebagai peningkatan kompetensi dan inovasi destruktif sebagai penghancur kompetensi. Peningkatan kompetensi adalah harga atau peningkatan kinerja yang dibangun di atas pengetahuan dan keterampilan yang ada (Handerson dan Clark, 1990).

Kompetensi yang meningkatkan inovasi biasanya dilakukan oleh perusahaan yang sudah ada (Gilbert, 2012) dan cenderung memperkuat posisi kompetitif karena memungkinkan perusahaan untuk mengeksploitasi kompetensi yang dimiliki. Dengan demikian perusahaan yang ada berinovasi dan diikuti dengan peningkatan kompetensi akan meningkatkan daya saing perusahaan. Dengan kata

lain, peningkatan kompetensi memediasi inovasi yang diterapkan dan daya saing UKM. Faktor-faktor yang dipengaruhi model spiral inovasi, pembelajaran dan penciptaan pengetahuan dapat memiliki efek pada organisasi kemampuan dalam hal belajar untuk belajar dan kemampuannya untuk mendapatkan dan menerapkan pengetahuan.

H2 : Kecepatan Inovasi berpengaruh positif terhadap Penciptaan Pengetahuan

Sesuai dengan penelitian Stefanus Yufra M. Taneo et al., (2019) menemukan dampak positif dari penciptaan pengetahuan terhadap daya saing. Penciptaan Pengetahuan yang lebih cepat akan mendorong bisnis untuk meningkatkan daya saing. Melalui penciptaan pengetahuan, menurut Nonaka dan Takeuchi (1995) akan membentuk kapasitas perusahaan secara keseluruhan untuk menciptakan pengetahuan baru, kemudian menyebarkannya melalui organisasi, dan mewujudkannya dalam produk, jasa dan sistem yang ada. Penciptaan pengetahuan secara luas diartikan sebagai pengelola atau manajemen dari pengetahuan organisasi untuk menciptakan nilai bisnis dan membangun daya saing.

Pengelolaan pengetahuan mampu untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan mengaplikasikan pengetahuan ke segala macam kegiatan bisnis untuk pencapaian tujuan bisnis. Pengertian lain bahwa penciptaan pengetahuan sebagai kemampuan untuk menciptakan dan mempertahankan peningkatan nilai dari inti kompetensi bisnis. Penelitian dapat diketahui bahwa adanya hubungan yang signifikan antara penciptaan pengetahuan dengan daya saing. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis ketiga penelitian ini sebagai berikut:

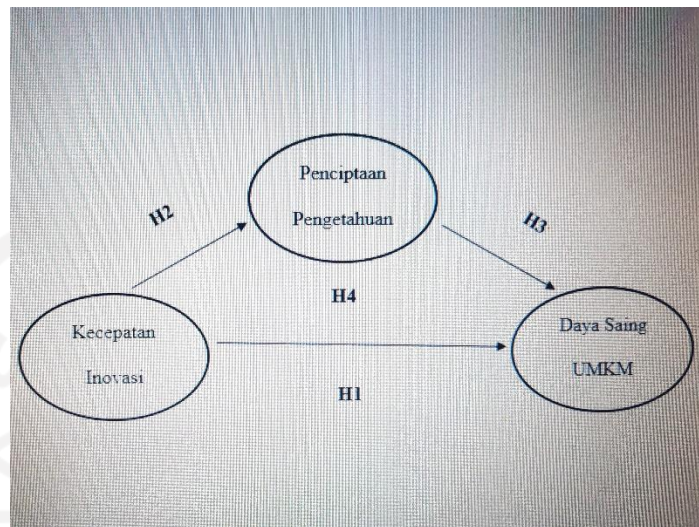
H3 : Penciptaan Pengetahuan berpengaruh positif terhadap Daya Saing

Sesuai dengan penelitian Stefanus Yufra M. Taneo et al., (2019) menemukan dampak positif dari Penciptaan Pengetahuan sebagai perantara antara kecepatan inovasi dan daya saing. Penciptaan informasi sebagai syafaat antara kecepatan pembangunan dan keseriusan UMKM ditunjukkan untuk diakui. Pengaruh total melalui penciptaan pengetahuan lebih besar daripada hubungan langsung kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKM. Artinya, kecepatan inovasi yang diikuti dengan penciptaan pengetahuan akan lebih besar pengaruhnya terhadap daya saing UMKM. Penciptaan pengetahuan dapat dilakukan dengan berbagi pengetahuan dan belajar (Merx-Chermin dan Nijhof, 2004).

Pendekatan pasar bertujuan untuk memperkuat kinerja produk dalam suatu industri (Christensen dan Rosenbloom, 1985) dengan memberikan pelanggan sesuatu yang lebih baik dalam kinerja atribut produk (Christensen dan Bower, 1996; Christensen, 2003). Mempertahankan inovasi pasar dapat dilakukan dengan mengemas produk yang lebih unggul dari pesaing, memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, dan selalu mengembangkan jaringan pasar. Pengemasan sangat penting dalam industri makanan olahan karena memastikan penanganan dan pengiriman makanan olahan dari lokasi produksi ke konsumen akhir dan perkembangan teknologi pengemasan dapat mengurangi kehilangan produk, menjaga kualitas, menambah nilai dan memperpanjang umur simpan produk (Opara dan Mditshwa, 2013).

H4 : Penciptaan Pengetahuan berpengaruh positif sebagai mediasi antara kecepatan inovasi dan daya saing UMKM

2.4 Kerangka Penelitian



Gambar 2. 1 Model Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Yogyakarta, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi ini menjadi bahan untuk penelitian karena memiliki populasi UMKM angka pertumbuhan yang cukup signifikan setiap tahunnya.

3.2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik dalam pengambilan sampel umumnya dilakukan secara random atau acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.

3.3. Populasi dan Sampel

Menurut Ghozali (2014) populasi merupakan wilayah generalisasi yang meliputi objek atau subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh stakeholder yang memiliki peran penting pada UMKM di kota Yogyakarta. Sementara metode dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive random sampling*. *Purposive random sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang disesuaikan

dengan kriteria tertentu agar sampel yang digunakan lebih representatif. Sementara untuk jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 110 responden. Jumlah sampel tersebut telah memenuhi kriteria sesuai yang direkomendasikan dalam Ghozali (2014) dimana dalam penggunaan SEM dapat menggunakan sampel antara 100-200 responden. Maka dari itu dalam penelitian ini dengan jumlah sampel 110 responden telah memenuhi kriteria penelitian.

3.4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sekaran (2013) data primer adalah data yang yang diperoleh pertama kali oleh peneliti seperti data kuesioner yang didapat dari responden. Sedangkan untuk data sekunder adalah data tambahan yang didapat dari penelitian terdahulu, referensi pendukung, dan juga artikel-artikel pendukung.

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar kepada pengusaha UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Menurut Sekaran (2013) kuesioner adalah alat yang digunakan untuk menyebarkan pertanyaan secara tertulis yang mana pertanyaan tersebut akan dijawab oleh para responden. Kuesioner juga sebagai salah satu cara untuk mengumpulkan data secara mudah, efektif, dan efisien. Adapun menurut Sekaran (2013) yang mana menjelaskan prinsip untuk penyusunan kuesioner:

- Pertanyaan dapat disampaikan secara jelas
- Isi pertanyaan dapat dimengerti oleh para responden
- Urutan pertanyaan yang runtut
- Jenis dan pertanyaan yang diajukan sesuai dengan responden
- Mempunyai informasi data pribadi dari responden

3.4.3 Skala Pengukuran

Penelitian ini untuk pengukuran kuesioner yang akan disebar menggunakan skala *likert*. Menurut Sekaran (2007) ada 5 penilaian *likert* yang dapat digunakan yaitu:

- Sangat Setuju (SS) : Skor 5
- Setuju (S) : Skor 4
- Netral (N) : Skor 3
- Tidak Setuju (TS) : Skor 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1

3.5 Definisi Operasional Variabel

3.5.1 Kecepatan Inovasi

Menurut Kessler dan Cakrabi (1996) kecepatan inovasi dapat diartikan sebagai waktu yang dihabiskan untuk pengenalan ide dan pengenalan barang dan jasa di pasar. Kecepatan inovasi dalam penelitian ini dilihat dari persepsi UMKM yang mana menjelaskan rentang waktu yang akan dihabiskan oleh UMKM dan juga pengenalan produknya di pasar. Adapun indikator dalam penelitian ini yang diadopsi dari Kessler dan Cakrabi (1996), Allocca dan Kessler (2006), dan Kessler (2007), antara lain sebagai berikut:

- Mewujudkan ide-ide inovasi lebih cepat dari pada yang direncanakan
- Meluncurkan produk baru ke pasar sesuai dengan yang direncanakan
- Memberikan inovasi yang lebih cepat dari pada sebelumnya, selama tiga tahun terakhir

3.5.2 Penciptaan Pengetahuan

Fenomena penciptaan pengetahuan seperti itu tidak dipelajari, bahkan Senge (1990) dengan fokusnya pada pemikiran sistem sebagai faktor kunci antara rasionalitas dan intuisi tidak fokus pada penciptaan pengetahuan sebagai suatu proses. Ini juga merupakan motif bagi Nonaka dan Takeuchi untuk memikirkan proses penciptaan pengetahuan, juga bersandar pada karya Polany (1997) tentang

pengetahuan pribadi. Organisasi yang menciptakan pengetahuan adalah diferensiasi dari organisasi pembelajar. Fokusnya di sini pada penciptaan pengetahuan sebagai suatu proses, faktor yang hilang dalam teori-teori tentang organisasi pembelajaran. Proses ini digambarkan dalam satu dimensi, pengetahuan eksplisit (atau terkodifikasi) ke pengetahuan implisit (atau tacit), dan empat proses (sosialisasi, eksternalisasi, internalisasi dan kombinasi). Adapun indicator dalam penelitian ini yang mengadopsi dari Nonaka dan Takeuchi (1995), Senge (1990), dan Polamy (1997) sebagai berikut :

- Memberikan sosialisasi pengetahuan baru
- berbagi/bertukar pengetahuan kepada sesama karyawan
- Mencari dan menemukan pengetahuan yang telah ada di organisasi
- Menghasilkan inovasi dengan cara mengkombinasikan pengetahuan individu, hasil pertukaran pengetahuan antar karyawan, dan pengetahuan organisasi

3.5.3 Daya Saing

Menurut Black dan Porter (2000), Krajewski dan Ritzman (2005) dan Ambastha dan Momaya (2012) daya saing dapat diartikan sebagai kemampuan UKM untuk bertahan dan memenangkan bisnis di lingkungan bisnis yang sama. Adapun indikator dalam penelitian ini yang diadopsi dari Black dan Porter (2000), Krajewski dan Ritzman (2005), dan Ambastha dan Momaya (2012) sebagai berikut:

- Mampu meningkatkan keuntungan (laba)
- Mampu meningkatkan modal usaha
- Mampu meningkatkan aset (kekayaan) usaha
- Mampu memenuhi pencapaian target produksi yang direncanakan
- Mampu meningkatkan jumlah/kuantitas produksi
- Memberikan produk dengan kualitas terbaik sesuai dengan harapan pelanggan

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sekaran (2007) analisis deskriptif dipergunakan untuk mengungkapkan suatu variabel. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui karakteristik dari para responden nya. Adapun karakteristik yang dipergunakan pada penelitian ini :

- Nama Usaha
- Jumlah Karyawan
- Omzet Penjualan
- Jabatan Responden
- Jenis Usaha

3.6.2 Analisis Inferensial

Menurut Nisfiannoor (2009:10), Analisis inferensial adalah metode yang berhubungan dengan analisis data pada sampel dan hasilnya dipakai untuk penyamarataan pada populasi. Penelitian ini menggunakan sistem pengujian *Structural Equation Modeling* (SEM) yang mana nantinya untuk pengujian data nya akan diolah dengan aplikasi SmartPLS. Menurut Sarstedt et. al (2017) untuk pengolahan data SEM-PLS ada dua tingkatan yang harus dilalui untuk pengolahan datanya antara lain tingkatan pertama model pengukuran reflektif dan nantinya akan dilanjutkan ke tingkatan kedua dengan model pengukuran formatif dengan menguji hipotesis dan menjelaskan adanya keterkaitan antar variabel laten.

3.6.2.1 Evaluasi Model Pengukuran

Evaluasi pada model ini menggunakan pengujian reflektif yang mana terdiri dari beberapa aspek diantaranya:

1. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji korelasi antar indikator dan bisa dikatakan valid jika nilainya $> 0,7$. Tetapi menurut Hair et.al (2017) untuk skala pengukuran yang dapat dimasukkan sebesar $>0,50$ yang mana jika dijelaskan dalam rata-rata data dari berbagai varian item sebesar $>50\%$ dari konstruksi.

2. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Uji diskriminan dapat dikatakan berhasil ketika nilai *loading* dari setiap indikator variabel laten memiliki nilai yang tertinggi daripada nilai variabel laten lainnya. Menurut Ghozali dan Latan (2015) untuk menilai validitas diskriminan dengan *cross loading* yang mana dapat dilakukannya evaluasi

untuk setiap nilai konstruksi yang mana dari hal tersebut akan mendapatkan kepastian nilai perhitungan yang lebih besar dari pada konstruksi lainnya. *Cross loading* yang diharapkan harus bernilai lebih besar dari 0,07.

3. Reliabilitas Indikator (*Indicator Reliability*)

Adapun tingkat reliabilitas dapat dikatakan baik ketika angka *loadings* > 0,70 yang mana menunjukkan angka konstruksi mengurai > 50% dari varian indikator. Menurut Hair et.al (2017) untuk penghapusan indikator dapat di pertimbangkan apabila nilai indikatornya antara 0,40 dan 0,70 karena indikator yang dihapus akan menghasilkan peningkatan *composite reliability* yang mana nilai jelas di atas nilai ambang yang disarankan.

3.6.2.2 Evaluasi Model Struktural

Evaluasi pada model ini menggunakan pengujian prediktif model yang mana terdiri dari beberapa aspek yaitu:

1. Uji *Path Coefficients*

Menurut Ghozali & Latan (2015) uji *path coefficients* disini dapat dinilai dengan penilaian umum dengan nilai antara -1 dan 1. Nilai yang mendekati 1 memiliki arti hubungan yang positif dan sebaliknya jika menjauhi 1 maka akan memiliki hubungan yang negatif.

2. Uji Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Pengujian hipotesis ini menurut Ghozali dan Latan (2015) jika H_a ditolak maka H_0 akan diterima dan sebaliknya dengan melihat nilai dari t -statistik dari nilai t tabelnya apakah >1.96 atau <1.96 .

3. Uji *Coefficient of Determination* (R²)

Menurut Ghozali & Latan (2015) uji R-Square digunakan untuk mengukur variabel bebas yang mana dapat mempengaruhi variabel yang terkait. Pengujian ini dapat dilihat dari nilai R² yang dimulai dari 0 hingga 1.

4. Uji *Effect Size* (F²)

Effect size (F square) untuk mengetahui kebaikan model. Menurut Ghozali (2015) interpretasi nilai f square yaitu 0,02 memiliki pengaruh kecil; 0,15 memiliki pengaruh moderat dan 0,35 memiliki pengaruh besar pada level struktural..

5. Uji *Normed Fit Index* (NFI)

Menurut Ghozali & Latan (2015) Nilai dari uji NFI antara 0 sampai dengan 1. Nilai dapat dikatakan good fit ketika $NFI > 0,090$ sedangkan dikatakan marginal fit ketika nilai NFI nya di antara $0,80 < NFI < 0,90$.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif

4.1.1 Karakteristik Responden

4.1.1.1 Jumlah Karyawan UMKM

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan jumlah karyawan pada tabel 4.1 di bawah ini:

Tabel 4.1 Responden Menurut Jumlah Karyawan

Kategori	Jumlah	Persentase
< 10 Orang	100	90,9%
10 - 30 Orang	9	8,2%
> 30 Orang	1	0,9%
Total	110	100,0

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM dalam penelitian ini adalah mayoritas dengan jumlah karyawan < 10 orang berjumlah 100 atau memiliki persentase 90,9%, 10-30 orang berjumlah 9 atau memiliki persentase 8,2%, sedangkan > 30 orang berjumlah 1 atau memiliki persentase 0,9%.

4.1.1.2 Lama Usaha UMKM

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan lama usaha UMKM pada tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4.2 Responden Menurut Lama Usaha UMKM

Kategori	Jumlah	Persentase
6 - 12 Bulan	25	22,7%

> 1 - 2 Tahun	54	49,1%
> 2 - 3 Tahun	21	19,1%
> 3 - 5 Tahun	5	4,5%
> 5 Tahun	5	4,5%
Total	110	100,0

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM dalam penelitian ini adalah mayoritas telah melakukan usaha >1-2 tahun berjumlah 54 atau memiliki persentase 49,1%, 6-12 bulan berjumlah 25 atau memiliki persentase 22,7%, >2-3 bulan berjumlah 21 atau memiliki persentase 19,1%, >3-5 bulan berjumlah 5 atau memiliki persentase 4,5%, sedangkan > 5 orang berjumlah 5 atau memiliki persentase 4,5%.

4.1.1.3 Omzet per Tahun UMKM

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan omzet per tahun UMKM pada tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4.3 Responden menurut Omzet per Tahun UMKM

Kategori	Jumlah	Persentase
< 300 Juta Rupiah	99	90,0%
300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah	11	10,0%
Total	110	100,0

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM dalam penelitian ini adalah mayoritas memiliki omzet sebesar < 300 Juta Rupiah berjumlah 99 atau memiliki persentase 90,0%, sedangkan 300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah berjumlah 11 atau memiliki persentase 10,0%.

4.1.1.4 Jabatan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan jabatan responden pada tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 4.4 Responden Menurut Jabatan

Kategori	Jumlah	Persentase
Manajer/Pengelola Usaha	5	4,5%
Pemilik Usaha	105	95,5%
Total	110	100,0

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini dengan jabatan Pemilik Usaha yang berjumlah 105 orang atau memiliki persentase 95,5%, Manajer/Pengelola Usaha berjumlah 5 orang atau memiliki persentase 4,5%.

4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel

Analisis ini menunjukkan data terhadap pertanyaan yang diberikan kepada responden ke dalam variabel penelitian yaitu Kecepatan Inovasi, Penciptaan Pengetahuan dan Daya Saing UMKM. Penilaian ini diukur dengan skor nilai terendah 1 (sangat tidak setuju) dan score nilai tertinggi 5 (sangat setuju).

4.1.2.1 Variabel Kecepatan Inovasi

Variabel Kecepatan Inovasi didalamnya berisi 3 pertanyaan yang telah diisi oleh responden. Hasil yang diperoleh dari keseluruhan responden ke dalam bentuk nilai rata-rata yang didistribusikan dan dilakukan penilaian yang ada pada tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Tabel Deskriptif Variabel Kecepatan Inovasi

Variabel	Pernyataan	Mean
Kecepatan Inovasi	Usaha yang saya kelola mewujudkan ide inovasi lebih cepat dari yang direncanakan	4,47
	Usaha yang saya kelola mampu meluncurkan produk baru sesuai dengan yang direncana	4,43
	Selama tiga tahun terakhir, usaha yang saya kelola mampu berinovasi lebih cepat dibandingkan sebelumnya.	4,40
	Total rata-rata penilaian	4,43

(Sumber: data diolah 2022)

Dari deskriptif penilaian Kecepatan Inovasi pada tabel 4.5 di atas dari 110 responden menunjukkan bahwa penilaian tertinggi adalah indikator pertama yaitu “Usaha yang saya kelola mewujudkan ide inovasi lebih cepat dari yang direncanakan”, dengan penilaian rata-rata responden dengan nilai 4,47. Sedangkan penilaian yang paling rendah adalah indikator kedua yaitu “Selama tiga tahun terakhir, usaha yang saya kelola mampu berinovasi lebih cepat dibandingkan sebelumnya”, dengan penilaian rata-rata responden dengan nilai 4,40. Keseluruhan rata-rata penilaian dari variabel Kecepatan Inovasi pada penelitian ini adalah 4,43.

4.1.2.2 Variabel Penciptaan Pengetahuan

Variabel Penciptaan Pengetahuan didalamnya berisi 4 pertanyaan yang telah diisi oleh responden. Hasil yang diperoleh dari keseluruhan responden ke

dalam bentuk nilai rata- rata yang didistribusikan dan dilakukan penilaian yang ada pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Tabel Deskriptif Variabel Penciptaan Pengetahuan

Variabel	Pernyataan	Mean
Penciptaan Pengetahuan	Usaha yang saya kelola memberikan sosialisasi pengetahuan baru kepada karyawan	4,55
	Para karyawan dari usaha yang saya kelola mampu berbagi/bertukar pengetahuan kepada sesama karyawan	4,55
	Para karyawan dari usaha yang saya kelola mampu mencari dan menemukan pengetahuan yang telah ada di organisasi untuk dipelajari	4,60
	Usaha yang saya kelola mampu menghasilkan inovasi dengan cara mengkombinasikan pengetahuan individu, hasil pertukaran pengetahuan antar karyawan, dan pengetahuan organisasi	4,55
	Total rata-rata penilaian	4,56

(Sumber: data diolah 2022)

Dari deskriptif penilaian Penciptaan Pengetahuan pada tabel 4.6 di atas dari 110 responden menunjukkan bahwa penilaian tertinggi adalah indikator ketiga yaitu “Para karyawan dari usaha yang saya kelola mampu mencari dan menemukan

pengetahuan yang telah ada di organisasi untuk dipelajari”, dengan penilaian rata-rata responden dengan nilai 4,60. Sedangkan penilaian kesatu, kedua, dan keempat memperoleh nilai yang sama dengan penilaian rata-rata responden dengan nilai 4,55. Keseluruhan rata-rata penilaian dari variabel Penciptaan Pengetahuan pada penelitian ini adalah 4,56.

4.1.2.3 Variabel Daya Saing UMKM

Variabel Daya Saing UMKM didalamnya berisi 6 pertanyaan yang telah diisi oleh responden. Hasil yang diperoleh dari keseluruhan responden ke dalam bentuk nilai rata-rata yang didistribusikan dan dilakukan penilaian yang ada pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Tabel Deskriptif Variabel Daya Saing UMKM

Variabel	Pernyataan	Mean
Daya Saing UMKM	Usaha yang saya kelola mampu meningkatkan keuntungan (laba)	4,65
	Usaha yang saya kelola mampu meningkatkan modal usaha	4,65
	Usaha yang saya kelola mampu meningkatkan nilai aset (kekayaan) usaha	4,70
	Usaha saya kelola mampu memenuhi target produksi yang direncanakan	4,55

Variabel	Pernyataan	Mean
	Usaha saya kelola mampu meningkatkan jumlah/kuantitas produksi	4,62
	Usaha saya kelola mampu menawarkan produk dengan kualitas yang melebihi harapan pelanggan	4,66
	Total rata-rata penilaian	4,63

(Sumber: data diolah 2022)

Dari deskriptif penilaian Daya Saing UMKM pada tabel 4.7 di atas dari 110 responden menunjukkan bahwa penilaian tertinggi adalah indikator ketiga yaitu “Usaha yang saya kelola mampu meningkatkan nilai aset (kekayaan) usaha”, dengan penilaian rata-rata responden dengan nilai 4,70. Sedangkan penilaian yang paling rendah adalah indikator keempat yaitu “Usaha saya kelola mampu memenuhi target produksi yang direncanakan”, dengan penilaian rata-rata responden dengan nilai 4,55. Keseluruhan rata-rata penilaian dari variabel Daya Saing UMKM pada penelitian ini adalah 4,63.

4.2 Evaluasi Model

4.2.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukurannya diuji dengan beberapa indikator antara lain: Validitas Konvergen, Validitas Diskriminan, dan Reliabilitas. Adapun model pengukuran dihitung dengan menggunakan *PLS Algorithm*.

4.2.1.1 Validitas Konvergen

Suatu indikator dikatakan valid apabila *loading factor* suatu indikator bernilai positif dan lebih besar dari $> 0,5$. Nilai *loading factor* menunjukkan bobot dari setiap indikator/item sebagai pengukur dari masing-masing variabel. Indikator dengan *loading factor* besar menunjukkan bahwa indikator tersebut sebagai pengukur variabel yang terkuat (dominan). Berikut dapat dilihat nilai *loading factor* pada Tabel 4.8 dibawah ini:

Tabel 4. 8 Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	<i>Loading Factor</i>	Keterangan
Kecepatan Inovasi	X1.1	0,796	Valid
	X1.2	0,797	Valid
	X1.3	0,823	Valid
Penciptaan Pengetahuan	Z2.1	0,883	Valid
	Z2.2	0,796	Valid
	Z2.3	0,847	Valid
	Z2.4	0,843	Valid
Daya Saing UMKM	Y1.1	0,798	Valid
	Y1.2	0,710	Valid
	Y1.3	0,773	Valid
	Y1.4	0,827	Valid
	Y1.5	0,834	Valid
	Y1.6	0,756	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan table 4.8 diatas diketahui bahwa nilai *loading factor* yang dihasilkan masing-masing indikator variabel Kecepatan Inovasi, Penciptaan Pengetahuan dan Daya Saing UMKM lebih dari 0,5. Dengan demikian indikator-indikator tersebut dinyatakan valid sebagai pengukur variabel latennya.

4.1.1.2 Validitas Diskriminan

Pengujian *discriminant validity* dalam penelitian menggunakan nilai *square root of average* (AVE) dengan tujuan memeriksa (menguji) apakah instrumen penelitian valid dalam menjelaskan atau merefleksikan variabel laten. Lebih jelasnya pengujian *discriminant validity* dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Pengujian *discriminant validity* suatu variable dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai \sqrt{AVE} . Jika nilai \sqrt{AVE} lebih besar dari 0,5 maka dapat disimpulkan variabel memiliki *discriminant validity* yang baik. Berikut hasil perhitungan \sqrt{AVE} masing-masing variabel.

Tabel 4. 9 Uji Validitas Diskriminan (\sqrt{AVE})

Variabel	\sqrt{AVE}	Keterangan
Daya Saing UMKM	0,615	Valid
Kecepatan Inovasi	0,649	Valid
Penciptaan Pengetahuan	0,710	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai \sqrt{AVE} yang dihasilkan dapat diketahui bahwa Kecepatan Inovasi, Penciptaan Pengetahuan dan Daya Saing UMKM memiliki nilai \sqrt{AVE} lebih besar 0,5. Maka variabel diatas dinyatakan valid.

4.1.1.3 Reliabilitas

Realibilitas pada PLS menggunakan nilai *Cronbach alpha* dan *Composite reliability*. Dinyatakan reliabel jika nilai *Composite reliability* diatas 0,7 dan nilai

cronbach's alpha disarankan diatas 0,6. Berikut nilai *Cronbach alpha* dan *Composite reliability* pada tabel 4.10 di bawah ini:

Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas

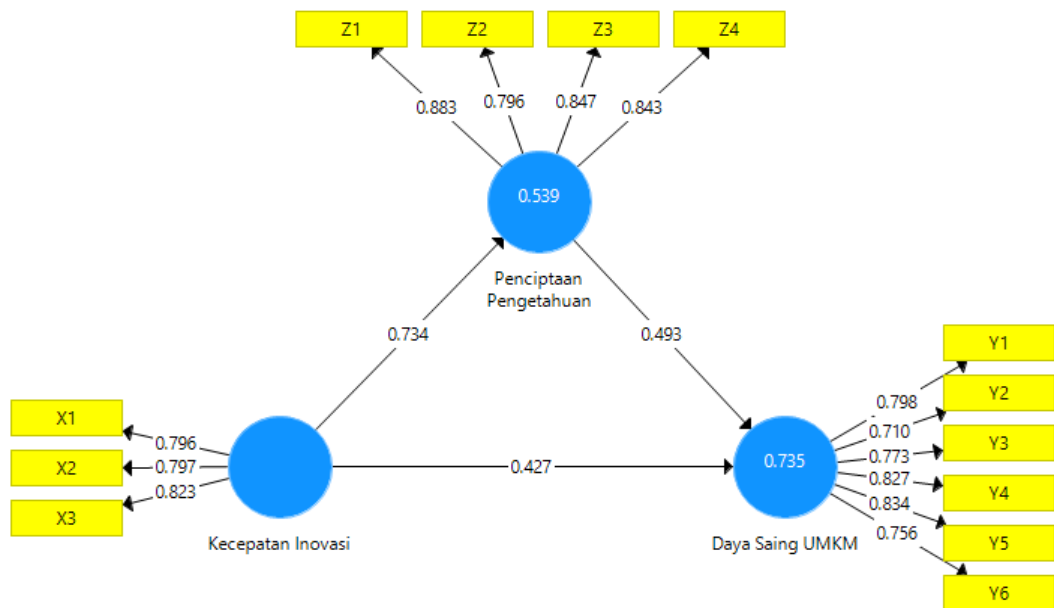
Variabel	<i>Composite Reliability</i>	rho_A	<i>Cronbach alpha</i>	Keterangan
Daya Saing UMKM	0,905	0,880	0,874	Reliabel
Kecepatan Inovasi	0,847	0,731	0,730	Reliabel
Penciptaan Pengetahuan	0,907	0,864	0,863	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *composite reliability* semua variabel penelitian $> 0,6$. Hasil ini menunjukkan bahwa masing- masing variabel telah memenuhi *composite realibility* sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat realibilitas yang tinggi. Sehingga dapat dilakukan analisis selanjutnya dengan memeriksa *goodness of fit* model dengan mengevaluasi *inner model*.

4.2.2 Model Strukturan (*Inner Model*)

Setelah melakukan uji *outer model* maka langkah selanjutnya dengan melakukan uji *inner model*. Pengujian *inner model* atau model structural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian.



Gambar 4. 1 Hasil Model Struktural

Sumber: Data primer diolah, 2022

Evaluasi model structural PLS diawali dengan melihat *R-square* setiap variable laten dependen. Gambar 4.1 merupakan hasil perkiraan *R-square* dengan menggunakan PLS.

Tabel 4. 11 Hasil Pengujian R-Square

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Daya Saing UMKM	0,735	0,730
Penciptaan Pengetahuan	0,539	0,535

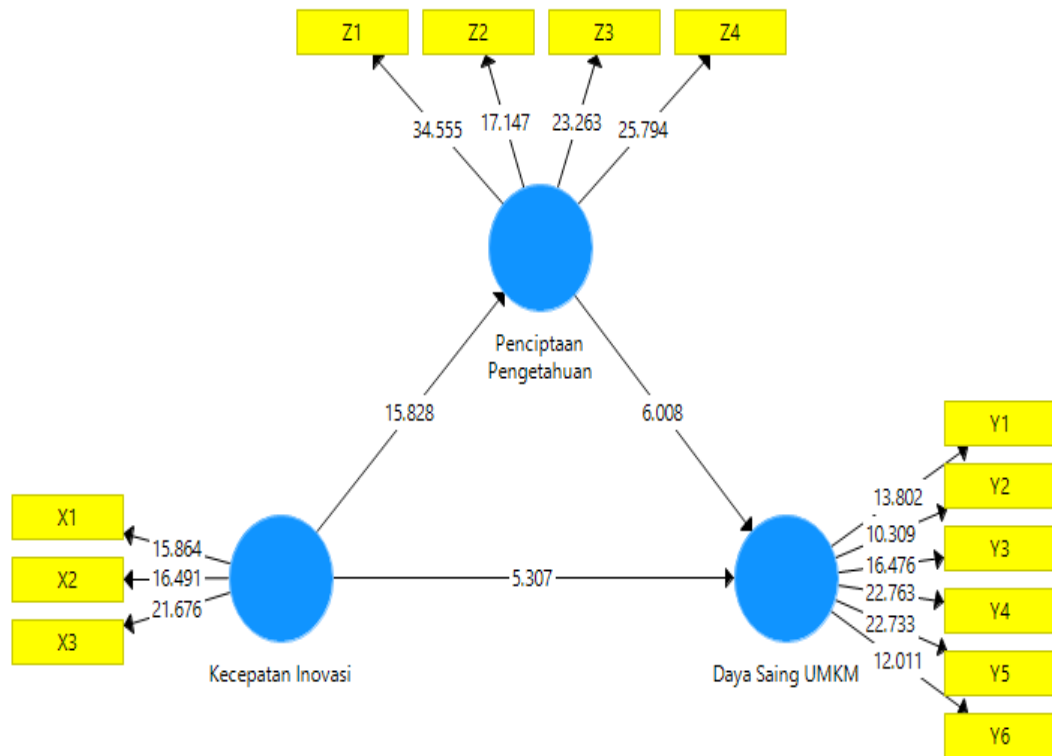
Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.11 diatas menunjukkan nilai adjusted *R-Square* dari variabel Daya Saing UMKM sebesar 0,730, nilai tersebut artinya bahwa variabel Daya Saing UMKM dapat dijelaskan dengan variabel Kecepatan Inovasi dan

Penciptaan Pengetahuan sebesar 73,0% dan sisanya 27,0% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

4.3 Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian model hubungan struktural adalah untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian. Pengujian model struktural dilakukan melalui uji menggunakan software PLS. Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis secara langsung adalah output gambar maupun nilai yang terdapat pada output *pathcoefficients*. Dasar yang digunakan untuk menguji hipotesis secara langsung adalah jika $p \text{ value} < 0,05$ (*significance level*= 5%), maka dinyatakan adanya pengaruh signifikan variabel eksogen terhadap variabel endogen. Berikut penjelasan secara lengkap mengenai pengujian hipotesis:



Gambar 4. 2 Hasil Pengujian Hipotesis

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan gambar pengujian hipotesis diatas, maka dapat diketahui bahwa:

1. Variabel Kecepatan Inovasi memiliki pengaruh t-statistic terhadap Daya Saing UMKM sebesar 5,307
2. Variabel Kecepatan Inovasi memiliki pengaruh t-statistic terhadap Penciptaan Pengetahuan sebesar 15,828
3. Variabel Penciptaan Pengetahuan memiliki pengaruh t-statistic terhadap Daya Saing UMKM sebesar 6,008

Total Effects (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)

Tabel 4. 12 Pengujian Langsung

Variabel	Original Sample	Sampel Mean	Standart Deviation	T-Statistic (O/SDEV)	P-Value
Kecepatan Inovasi -> Daya Saing UMKM	0,427	0,422	0,080	5,307	0,000
Kecepatan Inovasi -> Penciptaan Pengetahuan	0,734	0,740	0,046	15,828	0,000
Penciptaan Pengetahuan -> Daya Saing UMKM	0,493	0,498	0,082	6,008	0,000
Kecepatan Inovasi -> Penciptaan Pengetahuan -> Daya Saing UMKM	0,362	0,369	0,066	5,497	0,000

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dalam PLS pengujian secara statistik setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal ini dilakukan dengan metode *bootstrapping* terhadap sampel. Berikut merupakan hasil analisis PL *bootstrapping* adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing UMKM secara langsung
 Hasil pengujian hipotesis pertama yakni Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing UMKM secara langsung menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,427 nilai *p-values* sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 5,307. Nilai *p-values* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik sebesar 5,307 lebih besar dari t-tabel 1,96. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kecepatan Inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Daya Saing UMKM secara langsung. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa

adanya pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing UMKM secara langsung diterima.

2. Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Penciptaan Pengetahuan secara langsung

Hasil pengujian hipotesis pertama yakni Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Penciptaan Pengetahuan secara langsung menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,734 nilai *p-values* sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 15,828. Nilai *p-values* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik sebesar 15,828 lebih besar dari t-tabel 1,96. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kecepatan Inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Penciptaan Pengetahuan secara langsung. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa adanya pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Penciptaan Pengetahuan secara langsung diterima.

3. Pengaruh Penciptaan Pengetahuan terhadap Daya Saing UMKM secara langsung

Hasil pengujian hipotesis kedua yakni Pengaruh Penciptaan Pengetahuan terhadap Daya Saing UMKM secara langsung menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,493 nilai *p-values* sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 6,008. Nilai *p-values* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik sebesar 6,008 lebih besar dari t-tabel 1,96. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Penciptaan Pengetahuan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Daya Saing UMKM secara langsung. Sehingga hipotesis yang menyebutkan

bahwa adanya pengaruh Penciptaan Pengetahuan terhadap Daya Saing UMKM secara langsung diterima.

4. Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing UMKM dimediasi melalui Penciptaan Pengetahuan secara langsung

Hasil pengujian hipotesis pertama yakni Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing UMKM dimediasi melalui Penciptaan Pengetahuan secara langsung menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,362 nilai *p-values* sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 5,497. Nilai *p-values* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik sebesar 5,497 lebih besar dari t-tabel 1,96. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kecepatan Inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Daya Saing UMKM dimediasi melalui Penciptaan Pengetahuan. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa adanya pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing UMKM dimediasi melalui Penciptaan Pengetahuan diterima.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKM

Hasil pengujian hipotesis pertama yakni Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing UMKM secara langsung menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,427 nilai *p-values* sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 5,307. Nilai *p-values* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik sebesar 5,307 lebih besar dari t-tabel 1,96. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kecepatan Inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Daya Saing UMKM secara langsung.

Perkembangan jaman yang semakin cepat dengan berbagai perubahannya dewasa ini menuntut kemampuan bersaing yang bagus dari UMKM. Agar dapat bertahan dalam persaingan tersebut, dituntut kreativitas dari UMKM untuk memunculkan inovasi-inovasi baik dalam produk maupun cara memasarkan produknya. Kecepatan inovasi dapat berdampak pada daya saing UMKM itu sendiri, karena daya saing merupakan pendorong terbesar dalam inovasi. Kemampuan perusahaan untuk meningkatkan produktivitas dan meningkatkan kapasitas inovasi dianggap sebagai penentu penting daya saing (ERIA 2018).

Inovasi membantu perusahaan beradaptasi dengan lingkungan eksternal yang tidak pasti dan terus berubah-ubah, serta menjadi salah satu faktor terpenting untuk keberhasilan jangka panjang bisnis (Le dan Lei, 2018). Lambatnya respons terhadap munculnya produk baru dari pesaing merupakan ancaman bagi UMKM. Apabila UMKM memiliki keunggulan yang kompetitif akan menghasilkan keunggulan jarak dengan usaha sejenis lainnya, serta dapat menciptakan hambatan maupun tantangan bagi usaha lain yang hendak memasuki pasar. Akan tetapi agar

inovasi tersebut dapat berhasil, maka UMKM harus memiliki kecepatan inovasi serta sigap dalam menangkat kondisi pasar serta keinginan konsumen terhadap barang yang diproduksi sehingga mampu meningkatkan kompetensi dan meningkatkan daya saing, serta dapat meraih keunggulan kompetitif. Kecepatan inovasi mencerminkan kemampuan UMUM dalam meminimalkan waktu yang diperlukan untuk membuat produk atau proses baru dibandingkan dengan para pesaingnya. Oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa kecepatan inovasi berpengaruh terhadap daya saing UMKM.

Sejalan dengan Ivana Putri (2020) yang menyimpulkan dalam penelitiannya bahwa kecepatan inovasi berpengaruh positif terhadap daya saing.

4.4.2 Pengaruh kecepatan inovasi terhadap penciptaan pengetahuan

Hasil pengujian hipotesis pertama yakni Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Penciptaan Pengetahuan secara langsung menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,734 nilai *p-values* sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 15,828. Nilai *p-values* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik sebesar 15,828 lebih besar dari t-tabel 1,96. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kecepatan Inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Penciptaan Pengetahuan secara langsung.

Inovasi-inovasi yang harus dilakukan agar mampu bersaing dan memenangkan persaingan dalam dunia usaha adalah dengan menerapkan strategi inovasi terhadap produk sehingga dapat berbeda dari produk pesaing sehingga dapat menarik lebih banyak pelanggan. Untuk itulah diperlukan kemampuan belajar serta pengetahuan yang baik dari UMKM dalam menciptakan suatu produk yang

dapat menjadi andalan mereka. Anatan & Ellitan (2009) inovasi menekankan pada metode-metode baru dalam pengoperasian dengan cara membuat teknologi baru atau mengembangkan teknologi yang telah ada.

Strategi dalam melakukan inovasi harus didisain sedemikian rupa sehingga mampu mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus, agar UMKM mampu bersaing bahkan mendominasi baik pasar lama maupun untuk memasuki pasar yang baru. Dengan demikian penting bagi UMKM untuk memiliki kemampuan menciptakan metode-metode atau produk-produk baru secara terus menerus mengikuti perkembangan dunia usaha. Kemampuan untuk menciptakan pengetahuan baru merupakan hal yang memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan dan menstransformasikan sumber daya lain. UMKM yang membangun keunggulan bersaingnya dengan berbasis pada pengetahuan dan kemampuan menciptakan pengetahuan baru, akan mampu mengungguli para pesaingnya karena UMKM tersebut mampu mempelajari dan menciptakan pengetahuan baru dengan lebih cepat (Sukmawati, dkk, 2008). Oleh karena itu kecepatan inovasi dapat dikatakan mempengaruhi penciptaan pengetahuan UMKM, karena kecepatan inovasi menuntut UMKM agar selalu kreatif dan menemukan terobosan-terobosan baru agar mampu cepat merespon perkembangan dan persaingan serta menaikkan nilai dan keunggulan UMKM dibanding pesaing dewasa ini.

Sejalan dengan Sukmawati, dkk (2008) yang menemukan bahwa kecepatan inovasi berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan menciptakan pengetahuan baru.

4.4.3 Pengaruh penciptaan pengetahuan terhadap daya saing di UMKM

Hasil pengujian hipotesis kedua yakni Pengaruh Penciptaan Pengetahuan terhadap Daya Saing UMKM secara langsung menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,493 nilai *p-values* sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 6,008. Nilai *p-values* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik sebesar 6,008 lebih besar dari t-tabel 1,96. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Penciptaan Pengetahuan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Daya Saing UMKM secara langsung.

Salah satu faktor penyebab rendahnya daya saing UMKM adalah kurangnya kemampuan dalam menciptakan metode-metode baru dalam merespon persaingan dunia usaha dewasa ini. Sementara itu semakin ketatnya persaingan dalam pasar dewasa ini mendorong perusahaan-perusahaan untuk mengembangkan kemampuan menciptakan pengetahuan dan nilai tambah UMKM di mata konsumen dalam tujuan mempertahankan posisi bersaingnya. Kotler dan Keller (2012), umumnya tujuan pengembangan produk baru adalah untuk memenuhi kebutuhan baru dan memperkuat reputasi perusahaan sebagai investor, yaitu dengan menawarkan produk yang lebih baru dari pada produk sebelumnya.

Dalam upaya mempertahankan daya saing terhadap produk lain yang tersedia di pasar saat ini, adalah dengan jalan menawarkan produk yang dapat memberikan kesegaran dan opsi yang baru pada konsumen. Untuk itu diperlukan kemampuan dari UMKM untuk mengembangkan penciptaan pengetahuan yang baru agar dapat bersaing dengan usaha lain. Pengetahuan dan kemampuan perusahaan menciptakan pengetahuan baru secara terus menerus merupakan

sumber daya kunci yang menyebabkan perusahaan mampu bertahan, maka penting memahami proses penciptaan pengetahuan tersebut (Sukmawati, dkk., 2008).

Sejalan dengan Panji Kusumah (2022) yang menemukan bahwa penciptaan pengetahuan berpengaruh terhadap daya saing.

4.4.4 Pengaruh penciptaan pengetahuan dapat menjadi mediasi hubungan antara kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKM

Hasil pengujian hipotesis pertama yakni Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing UMKM dimediasi melalui Penciptaan Pengetahuan menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,362 nilai *p-values* sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 5,497. Nilai *p-values* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik sebesar 5,497 lebih besar dari t-tabel 1,96. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kecepatan Inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Daya Saing UMKM dimediasi melalui Penciptaan Pengetahuan.

Inovasi harus dilakukan oleh setiap usaha, baik itu perusahaan besar maupun UMKM perlu untuk selalu berinovasi demi keberlangsungan usaha kedepannya. Tanpa adanya kecepatan inovasi yang baik dari UMKM akan berakibat pada menurunnya kemampuan bersaing UMKM dengan usaha lain yang berada di pasar. Agar UMKM dapat memiliki kecepatan inovasi yang baik, diperlukan adanya kemampuan yang baik dalam penciptaan pengetahuan. Kecepatan inovasi dibutuhkan dalam persaingan antar perusahaan, kecepatan inovasi merupakan waktu yang dibutuhkan antara ide inovasi ditemukan sampai berhasil memasuki pasar (Hutahayan dan Yufra, 2019).

Perubahan yang terjadi dalam dunia usaha dewasa ini semakin lama semakin cepat, begitu pula dengan kecepatan inovasi yang harus dimiliki oleh UMKM. UMKM dituntut untuk terus menerus memiliki kecepatan inovasi yang baik, karena akan berpengaruh terhadap daya saing UMKM itu sendiri. Daya saing dapat ditingkatkan melalui kecepatan perkembangan inovasi serta peningkatan penciptaan pengetahuan. Kecepatan inovasi memerlukan penciptaan pengetahuan. Sementara kecepatan inovasi sendiri berpengaruh terhadap daya saing UMKM. Inovasi tersebut dapat berupa membuat produk-produk baru yang mempunyai ciri khas sehingga membuat pesaing gagal untuk menyaingi atau meniru produk yang dihasilkan UMKM tersebut. Oleh karena itulah diperlukan kemampuan penciptaan pengetahuan yang baik dari UMKM karena tanpa pengetahuan dan kemampuan menciptakan produk yang baru, tentu membuat UMKM mengalami kesulitan untuk membuat inovasi dan terobosan yang baru. Inovasi menjadi salah hal yang harus dilakukan perusahaan untuk dapat bertahan dalam perubahan dunia. Hal ini disebabkan karena inovasi adalah kunci utama untuk mendapatkan keunggulan kompetitif (Ivana Putri, 2020).

Sejalan dengan Hutahayan & Yufra (2019) yang dalam penelitiannya menemukan bahwa penciptaan pengetahuan memediasi hubungan antara kecepatan inovasi dengan daya saing perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan penulis pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis pertama yakni Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing UMKM secara langsung menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,427 nilai *p-values* sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 5,307. Nilai *p-values* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik sebesar 5,307 lebih besar dari t-tabel 1,96. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kecepatan Inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Daya Saing UMKM secara langsung.
2. Hasil pengujian hipotesis pertama yakni Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Penciptaan Pengetahuan secara langsung menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,734 nilai *p-values* sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 15,828. Nilai *p-values* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik sebesar 15,828 lebih besar dari t-tabel 1,96. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kecepatan Inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Penciptaan Pengetahuan secara langsung.
3. Hasil pengujian hipotesis kedua yakni Pengaruh Penciptaan Pengetahuan terhadap Daya Saing UMKM secara langsung menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,493 nilai *p-values* sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 6,008. Nilai *p-values* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik sebesar 6,008

lebih besar dari t-tabel 1,96. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Penciptaan Pengetahuan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Daya Saing UMKM secara langsung.

4. Hasil pengujian hipotesis pertama yakni Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing UMKM dimediasi melalui Penciptaan Pengetahuan menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,362 nilai *p-values* sebesar 0,000 dan t-statistik sebesar 5,497. Nilai *p-values* 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik sebesar 5,497 lebih besar dari t-tabel 1,96. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kecepatan Inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Daya Saing UMKM dimediasi melalui Penciptaan Pengetahuan.

5.2 Saran

Adapun beberapa saran yang dapat berguna dan bermanfaat pada pihak-pihak yang terkait sebagai berikut :

- a. UMKM harus memiliki kecepatan inovasi yang bagus agar mampu bertahan dan merespons persaingan yang semakin ketat dalam dunia usaha dewasa ini.
- b. Pemerintah hendaknya memberikan bantuan dengan memberikan konseling dan pelatihan kepada UMKM agar dapat mengembangkan inovasi-inovasi baru.
- c. Penelitian berikutnya hendaknya menambahkan variabel lain untuk mengukur kemampuan daya saing UMKM.

5.3 Implikasi Manajerial

1. Perusahaan UMKM di Yogyakarta harus melakukan kecepatan inovasi dalam meminimalisir waktu yang dibutuhkan dalam mengembangkan suatu produk dan proses baru untuk mendorong terciptanya daya saing yang kuat bagi perusahaan UMKM terhadap para pesaingnya.
2. Perusahaan UMKM di Yogyakarta harus menerapkan penciptaan pengetahuan yang berkaitan dengan mengganti produk yang lebih berkualitas dan proses produksinya yang lebih efisien.
3. Perusahaan UMKM di Yogyakarta harus menerapkan penciptaan pengetahuan karena dengan adanya kemampuan yang baik dari UMKM dalam menciptakan produk baru yang lebih baik guna mengganti produk yang lama mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya.
4. Perusahaan UMKM yang ada di Yogyakarta hendaknya melakukan kecepatan inovasi seperti memunculkan ide untuk terciptanya inovasi dan merealisasikan hasilnya kepasar lebih cepat akan memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan daya saing, maka dari itu dengan adanya penciptaan pengetahuan yang memediasi akan memberikan pengaruh lebih besar pada hubungan antara kecepatan inovasi terhadap daya saing.

5.4 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan sampel sebanyak 110 responden yang memenuhi syarat dari keseluruhan responden yang mengisi kuesioner, dengan sebagian besar UMKM memiliki bidang usaha pada kuliner. Dengan demikian belum menggambarkan kondisi pada keragaman bidang usaha dari UMKM di Yogyakarta secara meluas.
2. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner secara online melalui bantuan Google Form pada UMKM di Yogyakarta yang sifatnya satu arah, hal ini memungkinkan adanya responden yang mengalami kesulitan pada saat pengisian kuesioner dan tidak dapat bertanya langsung pada peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, L., & Ellitan, L. (2009). *Manajemen Inovasi (Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Agus, A. A., Isa, M., Farid, M.F. and Permono, S.P., 2015. An assessment of SME competitiveness in Indonesia. *Journal of Competitiveness*, 7(2).
- Allocca, M.A. and Kessler, E.H. 2006, "Innovation speed in small and medium-sized enterprises", *Creativity and Innovation Management*, 15(3), pp.279-295.
- Black, J.S. and Porter, L.W. (2000), *Management: Meeting New Challenges*, Prentice-Hall, NJ..
- Boyd, J.L. and Bresser, R.K. (2008), "Performance implications of delayed competitive responses: Evidence from the US retail industry", *Strategic Management Journal*, Vol. 29 No. 10, pp. 1077-1096.
- BPS (Badan Pusat Statistik/Central Bureau of Statistics) (2013), *Perkembangan Ekspor Dan Impor Industri Pengolahan*, Badan Pusat Statistik, Jakarta.
- Chen, J., Reilly, R.,R. And Lynn, G.S., 2005. The impacts of speed-to-market on new product succes: the moderating effects of uncertainty. *IEEE Transactions on engineering management*, 52(2), pp. 199-212.
- Chen, Y.S., Lai, S.B and Wen. C.T.,2006. The influence of green innovation performance on corporate advantage in Taiwan. *Journal of business ethics*, 67(4), PP.331-339.
- Cho, D.-S. and Moon, H.-C. (2002), *From Adam Smith to Michael Porter:*

Evolution to Competitiveness Theory, World Scientific, NJ.

Christensen, C. (2003), *The Innovator's Dilemma*, Harper Collins Business, Boston.

Christensen, C.M. and Bower, J.L., 1996, Customer power, strategic investment, and the failure of leading firms., *Strategic Management Journal*, 17(3), pp.197-218.

Christensen, C.M. and Rosenbloom, R.S., 2013. EXPLAINING THE ATTACKERS ADVANTAGE: TECHNOLOGICAL PARADIGMS, ORGANIZATIONAL DYNAMICS, AND THE VALUE NETWORK. *COLLABORATION AND COMPETITION IN BUSINESS ECOSYSTEMS*, 30, pp.389-428.

Djumilah, H., Sunaryo, S. And Sudjatno, S., 2017. The roles of local government in moderating the correlation between innovation speed and and the competitiveness of food Small and medium-sized enterprises (SME) in Malang, Indonesia.” *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences* 62(2), pp.42-54.

ERIA (2018), *SME Policy Index: ASEAN 2018: Boosting Competitiveness and Inclusive Growth*, OECD Publishing, Paris/Economic Research Institute for ASEAN and East Asia, Jakarta.

Ghozali, 2014. *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP , Semarang.

- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2nd ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilbert, B.A. (2012), “Creative destruction: identifying its geographic origins”, *Research Policy*, Vol. 41 No. 4, pp. 734-742.
- Goktan, A. B., & Miles, G. (2011). Innovation speed and radicalness: are they inversely related?. *Management Decision*.
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Thousand Oaks: SAGE.
- Huang, X., Soutar, G. N., & Brown, A. (2002). New product development processes in small and medium-sized enterprises: some Australian evidence. *Journal of Small Business Management*, 40(1), 27-42.
- Hutagalung. & Hermawan, D. (2018). *Membangun Inovasi Pemerintah Daerah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hutahayan, B., & Yufra, S. (2019). Innovation speed and competitiveness of food small and medium-sized enterprises (SME) in Malang, Indonesia. *Journal of Science and Technology Policy Management*.
- Kementrian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah. (2018) “Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia”, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/20/berapa-sumbangan-umkm-terhadap-perekonomian-indonesia>.
- Kessler, E. H., Allocca, M. A., & Rahman, N. (2007). External knowledge

accession and innovation speed in the small and medium sized enterprise (SME). *Small Enterprise Research*, 15(1), 1-21.

Kessler, Eric H, and Paul E Bierly. 2002. "Is Faster Really Better ? An Empirical Test of the Implications of Innovation Speed." *IEEE Transactions On Engineering Management Transactions On Engineering Management* 49(1): 2-12.

Kothandaraman, P. and Wilson. D.t., 2001. The future of competition: value creating networks. *Industrial marketing management*. 30(4), pp.379-389.

Krajewski, L.J. and Ritzman, L.P. (2005), *Operations Management: Strategy and Analysis*, Prentice-Hall International.

Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.

Lila Bismala et. al.2018. *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah*. Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah Aqli Jl. Pancing V Komp. Perumahan Permata Hijau No. 19Medan, 20251.

Masduki, T. (2021). "UMKM masih tersandera masalah klasik, rendahnya produktivitas dan daya saing", <https://ekbis.sindonews.com/read/384794/34/umkm-masih-tersandera-masalah-klasik-rendahnya-produktivitas-dan-daya-saing-1617361457>.

Nisfiannoor, M., 2009. *Pendekatan statistika Modern untuk Ilmu Sosial*. Penerbit Salemba.

Nonaka, I., & Konno, N. (2001). *KNOWLEDGE, CREATION AND. Managing*

Industrial Knowledge: Creation, Transfer and Utilization, 13.

Nonaka, I. and Toyama, R. (2003) The Knowledge-Creating Theory Revisited: Knowledge Creation as a Synthesizing Process. *Knowledge Management Research & Practice*.

Putri, A.I. (2020). Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing Dengan *Creative Destruction* Sebagai Mediator Pada Umkm Pengolahan Pangan Di Daerah Istimewa Yogyakarta. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Atmajaya

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Handbook of Market Research*, 1-40.

Sekaran, Uma, 2007, *Research Methods For Business*. Jakarta, Salemba Empat.

Sekaran, Uma, 2013, *Research Methods For Business*. Jakarta, Salemba Empat.

Smith, P.G. and Reinertsen, D.G. (1995), *Developing Products in Half the Time*, Van Nostrand Reinhold, New York, NY.

Stefanus Yufra M. Taneo et al., (2019), Creative destruction and knowledge creation as the mediation between innovation speed and competitiveness of small and medium-sized enterprises in Malang, Indonesia. *Competitiveness Review: An Internasional Business Journal*.

Sukmawati, A., Maarif, M. S., Mudikdjo, K., Hardjomidjojo, H., & Indrasti, N. S. (2008). Pembentukan Model Penciptaan Pengetahuan (Knowledge Creation) dalam Mendorong Inovasi pada Koperasi Susu di Indonesia: Suatu Studi Konfirmatori. *Media Peternakan*, 31(3).

Sutirna, H. (2018). *Inovasi dan Teknologi Pembelajaran*. Yogyakarta: Deepublish

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor (20) Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Wang, Z., Sharma, P.N. and Cao, J. 2016, From knowledge sharing to firm performance: a predictive model comparison, *Journal of Business Research*, 69(10), pp.4650-4658.



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN

Bagian 1. Pembukaan

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Dimas Bagus Yulian Putra Syahgita Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, Daerah Istimewa Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul Kecepatan Inovasi dan Daya Saing UMKM untuk tugas akhir skripsi. Kuesioner ini ditujukan untuk responden yang sedang menjalankan bisnis UMKM. Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon kesediaan saudara/i untuk berkenan mengisi kuesioner tersebut. Data yang diisikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk penelitian ini.

Atas perhatian dan kesediaannya dalam mengisi kuesioner penelitian ini, saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Hormat saya,

Dimas Bagus Yulian Putra Syahgita

Bagian 2. Data Profil Responden

1) Nama Usaha (Boleh Menggunakan Inisial)

2) Jumlah Karyawan

- <10 Orang
- 10 – 30 Orang
- >30 Orang

3) Berapa lama usaha yang Anda kelola

- 6 – 12 Bulan
- > 1-2 Tahun
- > 2-3 Tahun
- > 3-5 Tahun
- > 5 Tahun

4) Omzet (Pendapatan dalam 1 tahun)

- < 300 Juta Rupiah
- 300 – 2,5 Milyar Rupiah
- > 2,5 Milyar – 50 Milyar Rupiah
- Lain – lain

5) Jabatan Responden

- Pemilik Usaha

- Manajer/Pengelola Usaha

6) Jenis Usaha

- Kuliner
- Fashion
- Otomotif
- Kecantikan/Kosmetik
- Kerajinan
- Lain – lain

Bagian 3. Kecepatan Inovasi

No.	Items	STS	TS	N	S	SS
1.1	Usaha yang saya kelola mewujudkan ide inovasi lebih cepat dari yang direncanakan					
1.2	Usaha yang saya kelola mampu meluncurkan produk baru sesuai dengan yang direncana					
1.3	Selama tiga tahun terakhir, usaha yang saya kelola mampu berinovasi lebih cepat dibandingkan sebelumnya.					

Bagian 4. Penciptaan Pengetahuan

No	Items	STS	TS	N	S	SS

2.1.1	Usaha yang saya kelola memberikan sosialisasi pengetahuan baru kepada karyawan					
2.1.2	Para karyawan dari usaha yang saya kelola mampu berbagi/bertukar pengetahuan kepada sesama karyawan					
2.1.3	Para karyawan dari usaha yang saya kelola mampu mencari dan menemukan pengetahuan yang telah ada di organisasi untuk dipelajari					
2.1.4	Usaha yang saya kelola mampu menghasilkan inovasi dengan cara mengkombinasikan pengetahuan individu, hasil pertukaran pengetahuan antar karyawan, dan pengetahuan organisasi					

Bagian 5. Daya Saing

Kemampuan Menghasilkan Keuntungan

No	Items	STS	TS	N	S	SS
3.1.1	Usaha yang saya kelola mampu meningkatkan keuntungan (laba)					
3.1.2	Usaha yang saya kelola mampu meningkatkan modal usaha					
3.1.3	Usaha yang saya kelola mampu meningkatkan nilai aset (kekayaan) usaha					

Produktivitas

No	Items	STS	TS	N	S	SS
3.2.1	Usaha saya kelola mampu memenuhi target produksi yang direncanakan					
3.2.2	Usaha saya kelola mampu meningkatkan jumlah/kuantitas produksi					
3.2.3	Usaha saya kelola mampu menawarkan produk dengan kualitas yang melebihi harapan pelanggan					

LAMPIRAN 2. DAFTAR DATA PROFIL RESPONDEN

No	Nama Usaha (Boleh menggunakan Inisial)	Jumlah Karyawan	Berapa lama usaha yang Anda kelola	Omzet (Pendapatan dalam 1 tahun)	Jabatan Responden	Jenis Usaha
1	Kophilo	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
2	Monie cake	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
3	Jawir	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
4	Epic	10 - 30 Orang	> 3 - 5 Tahun	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
5	Kopi Konglo (by hanan jogja)	10 - 30 Orang	> 3 - 5 Tahun	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner

6	S	10 - 30 Orang	> 5 Tahun	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
7	Makmur Jaya	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Agribisnis
8	Alas kopi	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
9	AEP	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Fashion
10	Hopa coffee	5 orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
11	Camel	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
12	Smurf Burger	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
13	K.C	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
14	Reva Catering	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
15	L.C	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner

16	Sumber Sari	10 - 30 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kerajinan
17	46 kopi	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
18	J.K	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
19	TKC	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
20	<u>Bolivar.Id</u>	10 - 30 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Manajer/Pengelola Usaha	Kuliner
21	Search	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
22	WETS	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
23	TK	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
24	GB	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
25	AKP	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner

26	King Teller	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
27	MurahWareg	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
28	Fairy Milk	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
29	LNP	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
30	KOPITALIS	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
31	SHELTER SAMBAT	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Manajer/Pengelola Usaha	Kuliner
32	Sunaku Dimsum	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
33	ETHNIC	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Staf Operasional	Kuliner
34	GRIYO SECOND SHOP	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Fashion
35	WH BENTO EXPRESS	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Manajer/Pengelola Usaha	Kuliner

36	C	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
37	WTS	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
38	NPP	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
39	Jebok kopi	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
40	SAPD	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
41	ZAKWOOW	< 10 Orang	> 3 - 5 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Fashion
42	Lauhan	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Otomotif
43	Prime States	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Fashion
44	PPPANTS	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Fashion
45	Honestgoods	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Fashion

46	AGR	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
47	Angkringan Kulon Polsek	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
48	Sorsawo	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
49	Depot lazmi	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
50	Sate ayam pak doel	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
51	Warkop etan tugu	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
52	Kedai bu eni	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
53	Dodo salad buah	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
54	AB	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
55	NPPN	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner

56	Madam Tea	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
57	Fishbay	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
58	Sate Tahu Borang	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
59	Sfc	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
60	Dikk kopi	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
61	NPMY	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
62	Cantik	< 10 Orang	> 5 Tahun	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
63	Oleole	< 10 Orang	> 5 Tahun	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
64	Sate ayam pak bani	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner

65	Warung Anto	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
66	Empatsinar	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
67	Lvgroom	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Manajer/Pengelola Usaha	Studio Photo
68	Boemi Garuda	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Komoditas Pertanian
69	4 saudara	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
70	Nakula (Nasi Kulit dan lain- lain)	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
71	Ayam Geprek M	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
72	Warming Mitoha	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
73	Visbay Food	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner

74	Hijab Malka	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Manajer/Pengelola Usaha	Fashion
75	Gamisamika	10 - 30 Orang	> 1 - 2 Tahun	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah	Pemilik Usaha	Fashion
76	Moriwase Ramen	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
77	Wpgt	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
78	In café	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
79	Bw	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
80	Cafe alasio	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
81	Jannah sweet cake	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
82	Wla	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
83	Dimsum seiya	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner

84	Cmd	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
85	Warung nasi pecel mbah godong	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
86	Pondok Pizza	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
87	BMSP	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
88	WMS	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
89	Mbak kebab	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
90	Mie ayam dan bakso pak sipo	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
91	Agp	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
92	Bubur Epy	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
93	KBP	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner

94	Lokalti	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
95	Warung Makan JM	< 10 Orang	> 5 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
96	HS GROUP	10 - 30 Orang	> 2 - 3 Tahun	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah	Pemilik Usaha	Otomotif
97	Fat Shoes Cleaning	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Fashion
98	Defender Konveksi	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Fashion
99	Carakita	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
100	Sinar Nusantara Catering	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
101	Mars Automotor	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Otomotif
102	Bebek Rahmawati	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner

103	RSS	10 - 30 Orang	> 3 - 5 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
104	Sebelas Jakal	10 - 30 Orang	> 3 - 5 Tahun	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
105	Els	> 30 Orang	> 5 Tahun	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah	Pemilik Usaha	Elektronik
106	Warung Rizquna	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
107	flawsome	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Fashion
108	Snack keripik opak	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
109	Bakso AA kenan	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
110	sandhanginjon	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Fashion

LAMPIRAN 3. DAFTAR DATA VARIABEL

- **Variabel Kecepatan Inovasi**

No	X1	X2	X3	Total X1
1	4	4	4	12
2	4	5	5	14
3	5	5	5	15
4	4	4	4	12
5	5	5	5	15
6	4	4	5	13
7	4	4	5	13
8	4	5	5	14
9	5	5	5	15
10	3	4	3	10
11	5	4	5	14
12	3	4	3	10
13	4	5	4	13
14	5	4	4	13
15	5	4	4	13
16	5	4	5	14
17	5	4	4	13
18	5	4	5	14
19	5	4	5	14
20	5	5	4	14
21	4	4	4	12
22	4	5	4	13

23	4	5	4	13
24	5	4	4	13
25	5	4	5	14
26	4	5	4	13
27	5	4	5	14
28	5	5	5	15
29	4	5	4	13
30	3	2	4	9
31	4	3	3	10
32	4	3	3	10
33	4	2	3	9
34	5	5	5	15
35	5	5	5	15
36	5	5	4	14
37	5	5	5	15
38	5	5	5	15
39	4	5	5	14
40	5	5	5	15
41	3	4	5	12
42	4	4	4	12
43	5	5	4	14
44	4	5	3	12
45	3	4	5	12
46	4	5	4	13
47	5	5	5	15
48	5	4	5	14

49	5	5	5	15
50	5	5	5	15
51	5	4	5	14
52	4	5	5	14
53	5	5	5	15
54	5	4	5	14
55	5	5	5	15
56	4	4	4	12
57	4	3	4	11
58	5	5	5	15
59	5	4	5	14
60	5	5	5	15
61	5	5	5	15
62	4	5	5	14
63	5	5	5	15
64	4	4	4	12
65	5	5	5	15
66	4	3	4	11
67	3	4	4	11
68	4	3	3	10
69	2	2	4	8
70	5	4	4	13
71	4	5	4	13
72	4	5	4	13
73	4	4	5	13
74	4	5	4	13

75	4	5	4	13
76	4	5	3	12
77	5	5	5	15
78	5	5	5	15
79	5	5	5	15
80	5	5	5	15
81	5	5	5	15
82	5	5	5	15
83	5	5	5	15
84	5	5	5	15
85	5	5	5	15
86	5	5	4	14
87	5	5	5	15
88	5	5	5	15
89	5	5	5	15
90	5	5	5	15
91	5	5	5	15
92	5	5	5	15
93	5	5	5	15
94	4	4	3	11
95	4	3	4	11
96	5	5	5	15
97	4	5	3	12
98	5	4	4	13
99	4	5	4	13
100	4	4	5	13

101	5	4	3	12
102	4	3	3	10
103	5	5	5	15
104	5	5	5	15
105	4	4	4	12
106	4	3	4	11
107	5	3	3	11
108	4	5	3	12
109	4	3	3	10
110	4	5	4	13

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
الجامعة الإسلامية
الاستدراكية

- **Variabel Penciptaan Pengetahuan**

No	Z1	Z2	Z3	Z4	TOTAL Z1
1	5	5	5	5	20
2	5	5	5	5	20
3	5	5	5	5	20
4	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	20
6	4	5	4	5	18
7	5	4	5	5	19
8	5	5	5	5	20
9	5	5	5	5	20
10	4	5	4	5	18
11	5	4	4	5	18
12	5	5	4	3	17
13	5	5	5	5	20
14	5	5	5	5	20
15	5	5	5	5	20
16	5	5	5	5	20

17	5	5	5	5	20
18	4	4	5	5	18
19	5	4	4	5	18
20	4	5	5	5	19
21	5	4	5	5	19
22	4	5	5	4	18
23	4	4	4	4	16
24	5	5	5	5	20
25	5	5	5	5	20
26	5	5	5	5	20
27	5	5	5	5	20
28	5	5	5	5	20
29	5	5	5	5	20
30	4	3	3	4	14
31	3	2	3	4	12
32	4	5	5	4	18
33	4	3	4	3	14
34	5	5	5	5	20
35	5	5	5	5	20

36	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20
38	5	4	4	5	18
39	5	5	5	5	20
40	5	5	5	5	20
41	3	3	3	4	13
42	4	4	4	4	16
43	4	5	5	4	18
44	4	5	5	4	18
45	5	4	3	4	16
46	5	5	5	5	20
47	5	5	5	5	20
48	5	5	5	5	20
49	5	5	5	5	20
50	5	5	5	5	20
51	5	5	5	5	20
52	5	5	5	5	20
53	5	5	5	5	20
54	5	5	5	5	20

55	5	5	5	5	20
56	4	4	4	4	16
57	4	3	4	4	15
58	5	5	5	5	20
59	5	5	5	5	20
60	5	5	5	5	20
61	5	5	5	5	20
62	5	5	5	5	20
63	5	5	5	5	20
64	5	5	5	5	20
65	5	5	5	5	20
66	3	3	4	4	14
67	3	5	4	3	15
68	3	4	3	3	13
69	4	3	4	4	15
70	4	4	3	2	13
71	3	4	5	4	16
72	4	5	4	4	17
73	4	5	3	4	16

74	4	4	5	4	17
75	4	4	5	4	17
76	4	5	4	4	17
77	5	5	4	5	19
78	5	4	5	5	19
79	5	5	5	5	20
80	5	5	5	5	20
81	5	5	5	5	20
82	5	5	5	5	20
83	5	5	5	5	20
84	5	5	5	5	20
85	5	5	5	5	20
86	5	5	5	5	20
87	5	5	5	5	20
88	5	5	5	5	20
89	5	5	5	5	20
90	5	5	5	5	20
91	5	5	5	5	20
92	5	5	5	5	20

93	5	5	5	5	20
94	4	3	4	4	15
95	4	3	4	4	15
96	5	5	5	5	20
97	4	4	5	4	17
98	4	4	5	4	17
99	4	5	4	4	17
100	4	5	4	3	16
101	5	4	4	5	18
102	4	5	4	3	16
103	4	4	4	4	16
104	4	4	4	4	16
105	5	5	5	5	20
106	3	2	4	5	14
107	4	3	4	3	14
108	4	4	5	3	16
109	4	3	4	3	14
110	4	5	4	4	17

- **Variabel Daya Saing**

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total Y
1	4	4	5	5	4	5	27
2	4	3	4	4	3	4	22
3	3	4	4	4	3	3	21
4	4	3	4	4	3	4	22
5	4	5	5	4	4	4	26
6	3	3	4	4	3	4	21
7	4	4	3	4	3	3	21
8	4	5	4	4	4	5	26
9	4	4	4	4	5	4	25
10	4	4	5	5	5	5	28
11	5	4	4	5	5	5	28
12	4	5	4	4	5	3	25
13	5	4	5	5	5	4	28
14	2	2	3	2	3	2	14
15	4	4	3	4	4	3	22
16	3	4	4	4	3	3	21

17	5	4	4	4	5	4	26
18	5	4	4	4	5	4	26
19	4	3	3	4	4	4	22
20	3	4	4	4	3	3	21
21	4	4	4	3	4	4	23
22	3	4	4	3	4	3	21
23	5	4	4	4	5	4	26
24	5	5	4	5	4	4	27
25	3	3	4	4	4	4	22
26	5	4	4	5	4	4	26
27	5	5	5	4	4	5	28
28	4	3	3	3	4	3	20
29	5	5	4	5	4	5	28
30	4	3	3	3	4	3	20
31	4	3	3	3	4	3	20
32	3	4	4	4	3	3	21
33	3	3	3	3	4	3	19
34	4	5	4	4	4	5	26
35	4	5	4	4	5	4	26
36	4	3	3	3	3	3	19

37	3	3	3	3	3	3	18
38	5	4	5	4	4	4	26
39	3	3	3	3	4	4	20
40	4	4	4	5	5	4	26
41	5	5	4	5	5	5	29
42	5	4	5	5	4	4	27
43	4	4	3	3	3	4	21
44	4	4	4	4	5	5	26
45	3	3	4	4	3	4	21
46	3	3	4	4	4	3	21
47	4	5	5	5	5	5	29
48	4	4	3	3	4	4	22
49	3	2	2	3	3	2	15
50	3	3	4	3	3	3	19
51	3	3	4	4	3	4	21
52	3	4	3	3	4	3	20
53	3	4	4	3	4	3	21
54	5	4	5	5	4	5	28
55	4	5	5	4	4	4	26
56	5	5	5	4	4	5	28

57	3	3	3	3	4	3	19
58	3	3	4	3	3	3	19
59	4	4	3	3	4	3	21
60	4	5	5	5	4	4	27
61	4	5	4	5	5	4	27
62	5	5	4	5	5	4	28
63	3	3	4	4	3	4	21
64	4	5	5	5	5	4	28
65	3	3	4	4	4	4	18
66	4	4	5	4	4	5	26
67	3	4	3	4	3	4	21
68	3	3	3	3	4	3	19
69	4	5	4	5	4	5	27
70	5	4	5	4	5	5	28
71	3	3	4	3	3	4	20
72	4	4	5	5	4	5	27
73	4	4	4	5	4	5	26
74	5	5	4	5	5	5	29
75	4	3	4	3	4	3	21
76	4	4	5	5	4	4	26

77	3	3	4	3	4	3	20
78	3	3	4	4	3	3	20
79	4	4	3	4	3	4	22
80	3	4	4	3	3	3	20
81	5	4	5	5	5	5	29
82	5	5	5	5	5	5	30
83	4	3	3	4	4	3	21
84	5	5	5	5	5	5	30
85	5	5	4	4	5	5	28
86	5	5	4	5	4	4	27
87	5	5	5	5	5	5	30
88	5	5	5	5	5	5	30
89	5	5	5	5	5	5	30
90	5	5	5	5	5	5	30
91	5	5	5	5	5	5	30
92	5	5	5	5	5	5	30
93	5	5	5	5	5	5	30
94	4	5	5	4	4	5	27
95	5	4	5	4	4	5	27
96	5	5	5	5	5	5	30

97	4	5	4	4	5	4	26
98	4	3	5	5	5	4	26
99	5	4	5	4	5	4	27
100	5	4	5	4	5	5	29
101	5	4	5	3	3	4	25
102	5	4	4	4	4	5	26
103	5	5	5	5	5	4	29
104	5	5	5	4	4	5	28
105	5	5	5	4	5	4	28
106	4	5	4	4	4	4	25
107	4	4	4	3	3	4	22
108	5	5	4	5	4	4	27
109	5	5	5	4	4	4	27
110	5	4	5	3	4	4	25

LAMPIRAN 4. UJI OUTER MODEL DI SMARTPLS 3.0

Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Loading Factor	Keterangan
Kecepatan Inovasi	X1.1	0,796	Valid
	X1.2	0,797	Valid
	X1.3	0,823	Valid
Penciptaan Pengetahuan	Z2.1	0,883	Valid
	Z2.2	0,796	Valid
	Z2.3	0,847	Valid

	Z2.4	0,843	Valid
Daya Saing UMKM	Y1.1	0,798	Valid
	Y1.2	0,710	Valid
	Y1.3	0,773	Valid
	Y1.4	0,827	Valid
	Y1.5	0,834	Valid
	Y1.6	0,756	Valid

Uji Validitas Diskriminan ($\sqrt{\text{AVE}}$)

Variabel	$\sqrt{\text{AVE}}$	Keterangan
Daya Saing UMKM	0,615	Valid
Kecepatan Inovasi	0,649	Valid
Penciptaan Pengetahuan	0,710	Valid

Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>rho_A</i>	<i>Cronbach alpha</i>	Keterangan
Daya Saing UMKM	0,905	0,880	0,874	Reliabel
Kecepatan Inovasi	0,847	0,731	0,730	Reliabel
Penciptaan Pengetahuan	0,907	0,864	0,863	Reliabel

LAMPIRAN 5. UJI INNER MODEL DI SMARTPLS 3.0

- **Path Coefficients**

	Daya Saing UMKM	Kecepatan Inovasi	Penciptaan Pengetahuan
--	------------------------	--------------------------	-------------------------------

Daya Saing UMKM			
Kecepatan Inovasi	0,427		0,734
Penciptaan Pengetahuan	0,493		

- **R Square**

	R Square	R Square Adjusted
Daya Saing UMKM	0,735	0,730
Penciptaan Pengetahuan	0,539	0,535

- **f Square**

	Daya Saing UMKM	Kecepatan Inovasi	Penciptaan Pengetahuan
Daya Saing UMKM			
Kecepatan Inovasi	0,317		1,169
Penciptaan Pengetahuan	0,423		

- **Model_Fit**

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,077	0,077
d_ ULS	0,539	0,539
d_ G	0,360	0,360
Chi-Square	214,244	214,244
NFI	0,770	0,770

