

**PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN, SUMBER
DAYA KEUANGAN, PENGGUNAAN TEKNOLOGI, BERBAGI
PENGETAHUAN, INOVASI PRODUK, INOVASI PROSES,
DAN INOVASI PEMASARAN TERHADAP KEBERHASILAN
UMKM DI DIY**



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Mizana Annisa

Nomor Mahasiswa: 20312187

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

2023

**PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN, SUMBER
DAYA KEUANGAN, PENGGUNAAN TEKNOLOGI, BERBAGI
PENGETAHUAN, INOVASI PRODUK, INOVASI PROSES,
DAN INOVASI PEMASARAN TERHADAP KEBERHASILAN
UMKM DI DIY**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai
derajat Sarjana Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika
(FBE) Universitas Islam Indonesia (UII)

Oleh:

Nama: Mizana Annisa

Nomor Mahasiswa: 20312187

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

2023

**PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN, SUMBER
DAYA KEUANGAN, PENGGUNAAN TEKNOLOGI, BERBAGI
PENGETAHUAN, INOVASI PRODUK, INOVASI PROSES,
DAN INOVASI PEMASARAN TERHADAP KEBERHASILAN
UMKM DI DIY**

SKRIPSI

Diajukan oleh:

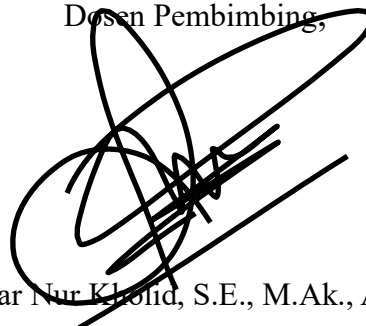
Nama: Mizana Annisa

Nomor Mahasiswa: 20312187

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 30 November 2023

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and lines, positioned over the text 'Dosen Pembimbing,'.

(Muamar Nur Khalid, S.E., M.Ak., Ak., CA.)



BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Ganjil 2023/2024, hari Selasa, tanggal 09 Januari 2024, Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama : MIZANA ANNISA
NIM : 20312187
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Sumber Daya Keuangan, Penggunaan Teknologi, Berbagi Pengetahuan, Inovasi Produk, Inovasi Proses, dan Inovasi Pemasaran terhadap Keberhasilan UMKM di DIY
Dosen Pembimbing : Muamar Nur Kholid, SE., Ak., M.Ak.

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir (Skripsi) tersebut dinyatakan:

Lulus

Nilai : A
Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji:

Ketua Tim : Muamar Nur Kholid, SE., Ak., M.Ak.
Anggota Tim : Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF

Yogyakarta, 09 January 2024

Ketua Program Studi Akuntansi,



Prof. Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., Ph.D., SA
NIP. 033120104

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Sumber Daya Keuangan, Penggunaan Teknologi, Berbagi Pengetahuan, Inovasi Produk, Inovasi Proses, dan Inovasi Pemasaran terhadap Keberhasilan UMKM di DIY

Disusun oleh : MIZANA ANNISA

Nomor Mahasiswa : 20312187

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus pada hari, tanggal: Selasa, 09 Januari 2024

Penguji/Pembimbing Skripsi : Muamar Nur Kholid, SE., Ak., M.Ak.

Penguji : Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmiah dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Johan Arifin, Ph.D., CFA, CertIPSAS.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam. Shalawat serta salam tercurah kepada Nabi besar Muhammad SAW, beserta seluruh keluarga, sahabat dan umat Islam. Seiring dengan rasa syukur atas kenikmatan dan kesuksesan, karya ini saya persembahkan kepada:

1. Bapak Much Sab dan Ibu Miratunisa sebagai orangtua terbaik, yang selalu mencurahkan kasih dan sayangnya melalui doa-doa yang selalu dipanjatkannya, dukungan, serta waktu yang dimilikinya.
2. Prodi Akuntansi, Fakultas Bisnis & Ekonomika UII yang menjadi tempat penulis menggali seluruh keilmuan demi menunjang masa depan, serta menjadi bekal bagi penulis dalam menghadapi lapangan pekerjaan yang kian hari kian kompetitif.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, alhamdulillahirabbil'aalamiin wassalaatu wassalamu al'asyrafil anbiyaa'I wal mursalin wa'alaalihi waashabhihi ajmain, amma ba'du.

Segala puji dan syukur penulis haturkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, ridho, rizki dan karunia untuk seluruh umat-Nya sehingga kita masih dapat menegakkan kebenaran sebagai khalifah di muka bumi. Shalawat serta salam tak lupa selalu tercurah kepada pahlawan revolusioner Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya, yang karena berkat perjuangannya mampu melepaskan belenggu jahiliyah pada umat manusia menuju zaman yang penuh dengan kemajuan peradaban seperti sekarang ini.

Perjalanan menjadi mahasiswa merupakan suatu anugerah terbesar yang dirasakan penulis, terutama hal tersebut mampu dirasakan karena penulis mengenyam pendidikan pada kampus perjuangan Universitas Islam Indonesia, dimana dalam perjalanannya kampus ini mampu melahirkan banyak tokoh pembaharu hebat yang mampu menebar kebermanfaatannya di bidangnya masing-masing. Tumbuh dengan lembaran kertas putih yang kosong pada sebuah buku, kini tinta itu telah terisi penuh pada setiap lembarnya dan menjadikan selesainya goresan dibawah menjadi catatan besar untuk memulai buku-buku kehidupan selanjutnya, serta awal permulaan bertebarannya manfaat keilmuan yang telah ditanamkan oleh para guru terbaik di kampus terbaik Fakultas Bisnis & Ekonomika Universitas Islam Indonesia kepada penulis, *Insyallah*.

Bersyukur pada akhirnya catatan kronik dalam narasi ilmiah yang merupakan lembaran akhir kehidupan penulis sebagai mahasiswa mampu terselesaikan, dengan topik yang diangkat mengenai **“Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Sumber Daya Keuangan, Penggunaan Teknologi, Berbagi Pengetahuan, Inovasi Produk, Inovasi Proses, dan Inovasi Pemasaran terhadap Keberhasilan UMKM di DIY”**. Tak lupa bahwa dalam penyelesaian naskah ilmiah ini banyak pihak turut terlibat aktif menjadi saksi, sekaligus aktor yang terus menguatkan, bahkan beberapa kerap kali memberikan sumbangsih keilmuannya yang ditransfer kepada penulis sehingga skripsi ini mampu diselesaikan tepat pada waktunya, dan tentu di waktu yang tepat sesuai harapan dan cita-cita penulis. Skripsi atau naskah ilmiah ini ditujukan tidak hanya sekadar sebagai syarat untuk menyelesaikan studi, namun lebih dari pada itu, harapan penulis adalah turut memberikan kontribusi aktif kepada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta, serta stakeholder terkait agar mampu memperhatikan kebutuhan demi menunjang keberhasilan UMKM di provinsi yang menjadi rumah kedua terindah bagi penulis. Selain itu, penulis juga berharap agar penelitian ini terus dikembangkan oleh peneliti atau penulis lainnya dengan variabel terbaru dan temuan terkini agar dapat secara berkesinambungan memberikan benang merah untuk menyusun strategi kebijakan dan implementasi dalam mewujudkan keberhasilan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Selama studi dan dalam penyusunan skripsi ini, beberapa pihak yang menjadi saksi dan aktor hebat bagi penulis seperti tersebut diatas akan secara detail penulis tuliskan sebagai bentuk penghargaan terbesar yang tentu jasanya tidak akan

pernah terbalaskan hingga kapanpun, dan menjadi kewajiban penulis untuk terus mengingat memori indah dukungan dan bantuan tersebut dengan bentuk narasi ucapan terimakasih yang diabadikan dalam rangkaian penulisan skripsi ini. Pihak-pihak tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

1. **Bapak Much Sab** dan **Ibu Miratunisa** sebagai orang tua terbaik, orang tua hebat, dan orang tua yang tidak hanya menjadi layaknya orang yang memposisikan diri lebih tua, namun juga menjadi teman, sahabat, dan pihak yang siap direpotkan dengan segala hal yang terjadi pada anak perempuan satu-satunya ini. Kini anak perempuan ini telah bertumbuh menjadi manusia sesungguhnya, berkat segala bentuk bimbingan dari bapak dan ibu, tak bisa dibayangkan jika lahir dari keluarga yang berbeda, tak akan bisa diresapi betapa beruntungnya menjadi Mizana Annisa ketika mata kecil yang terbuka pertama kali tidak melihat keindahan wajah bapak dan ibu. Bahkan jutaan emas dalam kandungan bumi sekalipun, tak akan pernah mampu menandingi betapa berharganya bapak dan ibu selama ini dikehidupan penulis. Seperti pada narasi ini yang diletakkan menjadi nomor satu dan teratas, bapak dan ibu sampai kapanpun akan menjadi nomor satu dalam segala hal, teratas jika diposisikan, dan terdepan untuk dibela, diperjuangkan, serta digaungkan namanya menjadi pihak terbaik yang selalu ada dalam segala kondisi kehidupan penulis. Sekali lagi terimakasih telah menghantarkan penulis hingga berada pada titik ini, khususnya dalam penyelesaian penulisan skripsi hingga anakmu menjadi sarjana di kampus terbaik, kampus perjuangan Universitas Islam Indonesia.

2. **Seluruh keluarga besar penulis** yang kerap kali turut terlibat aktif dalam memberikan saran, masukan, dan kritik demi kemajuan penulis. Terimakasih karena atas kepeduliannya selama ini, penulis mampu berada tepat pada garis yang lurus sesuai dengan *track* yang diwariskan yaitu pada jalan kebenaran dan kebermanfaatan. Terimakasih pula penulis haturkan karena sering kali seluruh pihak dalam keluarga besar turut mendo'akan penulis menjadi pribadi yang berhasil kelak dikemudian hari.
3. **Bapak Muamar Nur Kholid, S.E., M.Ak., Ak., CA** selaku dosen pembimbing yang telah bersedia menyediakan waktu, tenaga, dan pemikirannya selama aktivitas penulisan skripsi sejak awal penyusunan hingga mampu terselesaikan dengan baik.
4. **Seluruh Bapak & Ibu Dosen Prodi Akuntansi, Fakultas Bisnis & Ekonomika UII** yang menjadi tempat penulis menggali seluruh keilmuan demi menunjang masa depan, serta menjadi bekal bagi penulis dalam menghadapi lapangan pekerjaan yang kian hari kian kompetitif. Selain itu, ucapan terimakasih juga penulis haturkan, karena selama menjalani kuliah di Universitas Islam Indonesia penulis dapat memahami dan memiliki mindset bahwa memiliki kepribadian sebagai seorang *leader* adalah kunci untuk tidak terkurung dan berpaku pada sempitnya lapangan pekerjaan, namun juga menjadi inisiator dalam membuka atau menciptakan lapangan pekerjaan tersebut.
5. **Mas Ahmad Raihan Tuasikal**, sosok harapan yang menjadi garda terdepan dalam memberikan dukungan dan dampingan moral, serta selalu

menunjukkan jalan terang bagi penulis dalam mengarungi samudera kehidupan sebagai seorang mahasiswa. Terimakasih karena berkat seluruh hari yang dilewati bersama, engkau telah menghadirkan ruang tumbuh yang mampu penulis serap seluruhnya menjadi suatu keberhasilan sementara saat ini dalam keberhasilan capaian penyelesaian penulisan skripsi. Seperti yang kau katakan bahwa tumbuh dan berproses dalam satu frame yang sama adalah kunci untuk perjuangan keberhasilan kini, esok, nanti, dan selamanya. Teguh untuk memegang prinsip dan komitmen ini, serta terus berada pada ruang bertumbuh, terimakasih sekali lagi untuk selama ini.

6. **Seluruh teman dan sahabat** selama fase perkuliahan yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Penulis telah berada diakhir masa menjadi mahasiswa tidak lain karena menemukan sinar terang dari mata kalian, yaitu sinar yang terang, baik, dan meneduhkan. Tidak salah penulis mengenal kalian dalam bagian hidup terindah saat ini, dan tidak bisa dibayangkan jika dulu teman yang didekatkan pada penulis bukanlah kalian, orang-orang baik, orang-orang yang lurus, dan orang-orang yang tidak pernah mengajak penulis untuk bahkan berbelok arah.

Selain seluruh rangkaian ucapan terimakasih diatas, penulis juga menghaturkan permohonan maaf yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak, jika dalam perjalanan penulis sering merepotkan, menyita waktu, dan di beberapa waktu bahkan melakukan tindakan, bertingkan, ataupun berucap yang kurang berkenan dihati.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa berkenan membalas segala kebaikan dan keikhlasan seluruh pihak yang telah membantu aktivitas studi dan penyelesaian tugas akhir skripsi ini. Semoga penulisan skripsi sebagai salah satu bentuk karya ilmiah ini dapat menjadi sarana evaluasi dan perbaikan bagi pihak terkait, atau bagi generasi selanjutnya maupun penulis lainnya agar terus dikembangkan menjadi suatu bentuk keilmuan yang berkelanjutan.

Jazakumullahu Khairan Katsiran.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 30 November 2023

Penyusun

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Mizana Annisa', with a stylized flourish at the end.

Mizana Annisa

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta 30 November 2023

Penyusun



(Mizana Annisa)

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kompetensi kewirausahaan, sumber daya keuangan, penggunaan teknologi, berbagi pengetahuan, inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pemasaran terhadap keberhasilan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan menggunakan metode purposive sampling, penelitian ini melibatkan 200 UMKM di DIY. Dengan menggunakan SmartPLS 3, hasil penelitian menunjukkan bahwa Kompetensi kewirausahaan, sumber daya keuangan, dan inovasi pemasaran berpengaruh positif secara signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY. Berbagi pengetahuan, inovasi produk, dan inovasi proses tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY, penggunaan teknologi memiliki pengaruh yang negatif secara signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM untuk mempertimbangkan dampak pengaruh-pengaruh tersebut terhadap keberhasilan UMKM di DIY.

ABSTRACT

This study aims to analyzed the influence of entrepreneurial competence, financial resources, technology use, knowledge sharing, product innovation, process innovation, and marketing innovation on the success of MSMEs in the Special Region of Yogyakarta. By using purposive sampling method, this research involved 200 MSMEs in DIY. By using SmartPLS 3, the results showed that entrepreneurial competence, financial resources, and marketing innovation had a significant positive effect on the success of MSMEs in DIY. Knowledge sharing, product innovation, and process innovation do not have a significant influence on the success of MSMEs in DIY, the use of technology has a significant negative influence on the success of MSMEs in DIY. This research can be a reference for MSME actors to consider the impact of these influences on the success of MSMEs in DIY.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA.....	12

2.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia.....	12
2.2 Landasan Teori.....	15
2.3 Kompetensi Kewirausahaan	21
2.4 Sumber Daya Keuangan.....	24
2.5 Penggunaan Teknologi.....	24
BAB III.....	43
METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian	43
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	44
3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel.....	45
BAB IV	58
HASIL DAN PEMBAHASAN	58
BAB V.....	93
SIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 KETERBATASAN PENELITIAN	95
5.3 SARAN.....	97
REFERENSI.....	100
LAMPIRAN	111
Lampiran 1 – Kuesioner Penelitian.....	111

Lampiran 2 – Data Mentah..... 121

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jumlah UMKM di DIY.....	14
Tabel 3.1 Definisi Variabel.....	45
Tabel 3.2 Item-item Pernyataan Kuesioner.....	48
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden berdasarkan Kelompok Usia Pemilik/Manajer...	69
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden berdasarkan Omset Usaha per Tahun.....	60
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Usaha.....	60
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden berdasarkan Lokasi Usaha.....	61
Tabel 4.6 Klasifikasi Responden berdasarkan Umur Usaha.....	61
Tabel 4.7 Nilai <i>Loading Factor</i> Variabel Penelitian.....	64
Tabel 4.8 Nilai <i>Loading Factor</i> yang Memenuhi <i>Convergent Validity</i>	68
Tabel 4.9 <i>Cross Loading</i>	69
Tabel 4.10 Konstruksi Reabilitas dan Validitas.....	71
Tabel 4.11 <i>R-Square</i>	73
Tabel 4.12 Hasil Uji Statistik (Hipotesis).....	76
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	42
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran Data Mentah.....	122

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor usaha yang memiliki kontribusi signifikan dalam Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Nasional, hal ini sesuai dengan data Kementerian Koperasi dan UKM yang menunjukkan bahwa 60,5% dari PDB Nasional berasal dari peredaran usaha dalam lingkup UMKM, sehingga hal ini menjadi indikator yang sangat potensial untuk dikembangkan hingga dapat berkontribusi lebih besar lagi bagi perekonomian (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022). Selaras dengan pengaruh positif yang signifikan, UMKM juga merupakan salah satu sektor usaha yang memiliki daya tahan paling kuat, sehingga eksistensinya tetap terasa dalam kondisi apapun, termasuk saat krisis terjadi di Indonesia. Pengalaman pada krisis 1998 dan 2012 menunjukkan *trend* yang sangat positif bagi UMKM karena dapat bertahan ditengah gejolak krisis yang membara saat itu (Gregorius Rio & Pitaloka, 2020). Selain itu, UMKM juga secara nyata memiliki peran sentral dalam pengentasan pengangguran, bahkan 96,9% serapan tenaga kerja nasional berasal dari sektor UMKM (Limanseto, 2022).

Meskipun kerap diidentikkan dengan usaha paling aman dan terus memiliki kontribusi positif secara nasional, UMKM juga tidak lepas dari risiko dan kendala dalam operasional bisnisnya, seperti akses pada sumber daya keuangan, kurangnya kompetensi kewirausahaan dan kualitas sumber daya manusia dalam pengelolaan bisnis, serta minimnya penggunaan teknologi. Bahkan lebih jauh UMKM juga memiliki kekurangan dalam pembinaan, manajemen organisasi, bimbingan manajemen terhadap sumber daya manusia di dalamnya yang kurang maksimal, serta teknik produksi, dan pemasaran yang lemah (Yustika & Erani, 2005). Hal tersebut pada akhirnya mengakibatkan UMKM tidak mampu tumbuh dan terus berkuat pada penghasilan yang stabil dan konstan, sehingga kemunculan usaha-usaha yang menyanggah predikat *unicorn* ataupun *decacorn* di Indonesia relatif rendah. Keberhasilan pada kinerja UMKM akan sangat bergantung pada karakteristik dan perspektif setiap perusahaan, bisnis, atau usaha dalam membentuk *outcomes* dan hasil yang diinginkan, serta akan berkembang pada setiap periodenya sesuai dengan kondisi perusahaan dan lingkungan industrinya saat itu (Wang & Wang, 2012). Ukuran keuangan dan non-keuangan menjadi dua faktor yang penting untuk diperhatikan, dalam konteks UMKM mengambil referensi dari rasio akuntansi dan keuangan merupakan salah satu tahap yang dapat digunakan dalam mengukur keberhasilan tersebut. Namun disisi lain, terdapat fakta yang menyatakan bahwa mayoritas UMKM saat ini terutama Usaha Mikro dan Kecil tidak memiliki laporan keuangan yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang menyediakan data laporan keuangan sebagai basis perhitungan rasio

akuntansi dan keuangan tersebut (Riquelme & Watson, 2002). Selain itu, indikator lain berupa laporan tertentu yang menunjukkan kondisi non-keuangan juga hanya ada pada beberapa UMKM tertentu. Beberapa fakta ini menunjukkan bahwa perlu perhatian serius yang harus segera dibenahi dari keberadaan setiap entitas sebagai UMKM dalam mengembangkan bisnis

Kompetensi merupakan faktor utama dan pertama dalam keberhasilan UMKM yang wajib dimiliki seorang *entrepreneur* yang akan berpengaruh langsung pada keberhasilan usaha, atau dalam hal ini UMKM (Camuffo et al., 2012). Kompetensi dapat dilihat dan diukur dalam manifestasi perilaku individu seorang *entrepreneur* dari sisi pengelolaan, dan pandangannya terhadap bisnis. Manifestasi tersebut pun akan menjadi *role model* yang diikuti oleh tenaga kerja dalam perusahaan atau suatu bisnis sehingga berakibat pada kinerja secara keseluruhan yang dirasakan melalui ukuran keuangan dan non-keuangan. Kompetensi juga wajib dimiliki oleh tenaga kerja, dan salah satu hal yang menjadi dasar pengembangan tersebut tercipta melalui *sharing knowledge* dalam berbagai lini yang ada di perusahaan atau organisasi bisnis. Hal tersebut dikarenakan inovasi dan pengembangan untuk menghasilkan produk atau *outcomes* akan mampu mendongkrak kinerja perusahaan atau mendorong terciptanya peluang di pasar (Chatzoudes et al., 2015). Selain itu, *sharing knowledge* juga menjadi keunggulan bagi UMKM jika diterapkan juga kepada *customer*, dengan melakukan komunikasi terutama dalam kaitannya dengan manfaat dan kegunaan produk, sehingga arus komunikasi tersebut membuat keberhasilan UMKM menjadi nyata dan mampu menguasai pasar

melalui peran serta tenaga kerja atau karyawan yang dilibatkan (Islam & Widen, 2023).

Revolusi Industri 4.0 mengakibatkan perubahan pola perkembangan bisnis yang sangat cepat, sehingga menjadi faktor penting bagi keberlanjutan bisnis untuk terus melakukan inovasi sebagai basis kedua setelah *entrepreneur* atau wirausaha yang kompeten, agar daya saing kompetitif perusahaan atau organisasi bisnis terus memiliki eksistensi dalam suatu industri. Inovasi produk merupakan akar dari eksistensi perusahaan dalam persaingan bisnis yang kompetitif (Rosli & Sidek, 2013). Produk yang inovatif tersebut mampu hadir dari implementasi inovasi proses dalam menghasilkan produk tersebut atau dalam kata lain adalah adanya inovasi dalam proses produksi (Cherrafi et al., 2018). Kemudian adanya inovasi proses produksi ataupun inovasi pada hasil produksi atau jasa tidak dapat menjadi daya pikat jika *customer* tidak mengetahui adanya pemasaran yang menunjukkan adanya inovasi tersebut. Inovasi pemasaran merupakan implementasi dari metode pemasaran baru seiring perkembangan zaman dan teknologi, dengan melibatkan perubahan pada desain produk, penempatan produk, promosi harga, atau dengan kata lain inovasi pemasaran adalah perubahan signifikan dengan mengubah metode pemasaran dengan tidak menggunakan metode sebelumnya yang dianggap sudah usang (OECD, 2005).

Sumber daya keuangan merupakan ketersediaan modal kerja atau investasi bagi perusahaan dan organisasi bisnis (Abe et al., 2015), yang idealnya harus dimaksimalisasikan tidak hanya menggunakan modal dalam bentuk ekuitas,

namun juga menggunakan pendanaan dari hutang atau kredit bank. Namun kebanyakan UMKM saat ini hanya bergantung pada sumber keuangan informal seperti menggunakan metode *bootstrapping*, mengandalkan saldo laba, menggunakan sumber keuangan dari teman dan keluarga, dan menggunakan simpanan atau tabungan pribadi dari pemilik, serta melakukan kredit dari *supplier* untuk kebutuhan pasokan persediaan karena UMKM sulit untuk mendapatkan sumber keuangan formal seperti pinjaman dari pihak Bank (Hossain et al., 2021). Selain itu, berbagai bukti mengindikasikan bahwa teori struktur modal sebenarnya tidak dapat diaplikasikan pada UMKM, dikarenakan biasanya UMKM terutama usaha pada skala mikro dan kecil jarang atau justru tidak menempatkan hutang sebagai salah satu struktur modal yang digunakan. Artinya kecukupan sumber daya keuangan pada UMKM ternyata tidak bisa diukur sama dengan serta merta seperti perusahaan atau organisasi bisnis yang sudah mapan, namun yang perlu dilihat adalah bagaimana bisnis tersebut dapat terus bertumbuh dengan kecukupan sumber daya keuangan yang dimilikinya sendiri atau dalam kata lain kecukupan modal mandiri dari sumber internal dalam operasional bisnis *day to day*.

Kompetensi kewirausahaan, inovasi yang berkelanjutan dari berbagai sisi, dan kepemilikan sumber daya keuangan saat ini tidaklah cukup ditengah derasnya perkembangan teknologi yang kian masif dalam mendorong kinerja atau keberhasilan UMKM. Teknologi memainkan peranan kunci, karena dengannya produk atau jasa dari suatu perusahaan atau organisasi bisnis yang memiliki lokasi sejauh apapun dapat mencapai target *customer* yang

diinginkan. Saat ini perusahaan atau organisasi bisnis yang menggunakan teknologi terbaru dan mutakhir cenderung mampu memiliki daya saing kompetitif dan memenangkan persaingan untuk mendapatkan customer (Valacich et al., 2014). Dengan adopsi teknologi, akan memudahkan aliran informasi dan komunikasi untuk membentuk kolaborasi diantara UMKM dengan jaringan *supplier* dan *customer* yang dimilikinya (Greene et al., 1997). Manfaatnya akhirnya terasa, dan kini diikuti dengan kemunculan *e-commerce* yang menjadi wadah bertemunya antara penjual dan pembeli, sehingga ekosistem atau siklusnya menjadi positif untuk peningkatan kinerja atau keberhasilan UMKM. Meskipun begitu, teknologi tetap memerlukan peran serta variabel lain, dan tidak menjadi satu-satunya faktor yang memainkan peran sentral dalam keberhasilan UMKM.

Beberapa penelitian terdahulu mengenai kinerja, atau keberhasilan UMKM yang menjadi rujukan penulis untuk mengembangkan penelitian dapat dilihat dari beberapa penelitian. Dimulai dari penelitian berjudul “*The Impact of Internal Faktors on Small Business Success : A Case of Small Enterprises Under The FIELDA Scheme*” yang mengangkat beberapa variabel menjadi bagian integral dalam penelitian tersebut seperti kompetensi kewirausahaan, kemampuan pemasaran, sumber daya keuangan, penggunaan teknologi, dan berbagi pengetahuan dalam kesuksesan bisnis UMKM di Malaysia (Mohamad Radzi et al., 2017). Penelitian berjudul “*The Effect of Innovation Orientation on Firm Performance : Evidence from Micro and Small Manufacturing Firms in Selected Towns of Awi Zone Ethiopia*” dan “*Innovation and Patents as A*

Business Success Factors” yang mengangkat topik berupa pengaruh inovasi produk, inovasi pemasaran, dan inovasi proses dalam penelitiannya mengenai kinerja (Ayinaddis, 2023), serta penambahan efek hak paten dalam penelitian Garavito Hernández & Rueda Galvis, (2021). Penelitian berjudul “*Impact of Communication Technologies on Small Business Success*” yang mengukur pengaruh teknologi komunikasi online pada keberhasilan UMKM (Jorgensen et al., 2022). Serta, penelitian berjudul “*Study on the Influencing Factors of Business Success Variabels of Technology Startup Entrepreneurs*” dengan indikator penelitian yang diangkat mengenai pengaruh berbagi pengetahuan, pengembangan produk baru, manajemen pemasok terintegrasi, kinerja bisnis terhadap keberhasilan usaha *Start Up* yang bergerak dalam sektor penyediaan teknologi (Kim & You, 2020). Kemudian penelitian ini dilakukan dengan memodifikasi beberapa variabel independen, sehingga indikator baru dalam penelitian yang menjadikannya berbeda dari penelitian sebelumnya, yaitu dengan menambahkan *e-commerce* sebagai salah satu aspek penelitian, utamanya pada variabel independen penggunaan teknologi, serta memadukan unsur teknologi menjadi bagian tak terpisahkan dalam bahasan mengenai ketiga variabel independen dalam inovasi, yaitu inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pemasaran yang sebelumnya tidak menjadi perhatian pada penelitian sebelumnya. Terakhir, penulis membatasi ruang lingkup penelitian pada letak geografis UMKM di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) untuk menjadi objek penelitian, dengan harapan UMKM yang menjadi objek

penelitian lebih *apple to apple* karena pada setiap daerah memiliki kultur, sektor industri, dan tekanan kompetitif bisnis yang berbeda.

Dengan berbagai hal yang menjadi landasan dan latar belakang diatas penulis akan mengangkat topik yang berjudul **Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Sumber Daya Keuangan, Penggunaan Teknologi, Berbagi Pengetahuan, Inovasi Produk, Inovasi Proses, dan Inovasi Pemasaran terhadap Keberhasilan UMKM di DIY.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang menjadi landasan penelitian diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY ?
2. Apakah Sumber Daya Keuangan berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY ?
3. Apakah Penggunaan Teknologi berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY ?
4. Apakah Berbagi Pengetahuan berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY ?
5. Apakah Inovasi Produk berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY ?

6. Apakah Inovasi Proses berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY ?
7. Apakah Inovasi Pemasaran berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan dan latar belakang diatas penulis melakukan penelitian untuk mendapatkan fakta empiris dalam hubungan kausalitas antara variabel independen dan variabel dependen, yang kemudian tujuan tersebut secara khusus dijabarkan sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh fakta empiris pengaruh dari kompetensi kewirausahaan terhadap keberhasilan UMKM di DIY.
2. Untuk memperoleh fakta empiris pengaruh dari sumber daya keuangan terhadap keberhasilan UMKM di DIY.
3. Untuk memperoleh fakta empiris pengaruh dari penggunaan teknologi terhadap keberhasilan UMKM di DIY.
4. Untuk memperoleh fakta empiris pengaruh dari berbagi pengetahuan terhadap keberhasilan UMKM di DIY.
5. Untuk memperoleh fakta empiris pengaruh dari inovasi produk terhadap keberhasilan UMKM di DIY.
6. Untuk memperoleh fakta empiris pengaruh dari inovasi proses terhadap keberhasilan UMKM di DIY.
7. Untuk memperoleh fakta empiris pengaruh dari inovasi pemasaran terhadap keberhasilan UMKM di DIY.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Manfaat dari penelitian ini ditinjau dari sisi akademik adalah ditujukan bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang akuntansi, keuangan, dan bisnis. Penelitian ini juga dapat menjadi rujukan bagi pengembangan, perbaikan, dan dasar referensi bagi penelitian selanjutnya sehingga mampu lebih menghadirkan penelitian yang komprehensif dan bermanfaat.

2. Manfaat Praktik

Manfaat dari sisi praktik dapat ditujukan bagi pelaku bisnis khususnya yang bergerak dalam skala bisnis UMKM untuk dapat memperhatikan variabel independen yang penulis angkat, sehingga kelak pelaku bisnis UMKM tersebut dapat mengerti beberapa kunci keberhasilan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain itu pelaku bisnis UMKM juga dengan segera tergerak untuk mengimplementasikan variabel tersebut menjadi bagian dari bisnis yang berkelanjutan untuk mencapai titik keberhasilan yang diharapkan

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang akan dibahas dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I: PENDAHULUAN

Berisi penjelasan latar belakang dan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan penelitian, serta sistematika penulisan. Pada bagian

ini akan menggambarkan secara keseluruhan mengenai isi dari topik penelitian, dan akan menjadi landasan dalam setiap penulisan bab-bab selanjutnya

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Menyajikan landasan teori, kajian pustaka, penelitian terdahulu terkait dengan materi penelitian, hipotesis penelitian, serta kerangka penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menyajikan populasi dan sampel, variabel penelitian, metode pengumpulan data serta sumber data, dan metode analisis data

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil analisis data penelitian, pengujian hipotesis, dan membahas mengenai hasil uji yang telah dilakukan dengan temuan sebelumnya.

BAB V: PENUTUP

Bagian ini menyajikan kesimpulan yang didapatkan dari hasil analisis pada bab sebelumnya, kontribusi dan implikasi penelitian, serta saran dan keterbatasan penelitian yang dapat dipahami secara komprehensif menjadi bagian integral tak terpisahkan untuk pengembangan penelitian selanjutnya

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia

Keberadaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia mempunyai peranan yang strategis dalam rangka meningkatkan perekonomian negara (Amri, 2015). Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah tenaga kerja yang bekerja di sektor ini, kontribusi yang tinggi bagi pembentukan Produk Domestik Bruto (61,1%), penyerapan tenaga kerja (97,1%), dan ekspor (14,4%) (Bank Indonesia, 2013). Dan sektor ini sudah terbukti ketangguhannya dalam menghadapi krisis ekonomi yang melanda perekonomian Indonesia di saat perusahaan besar banyak yang mengalami kebangkrutan.

Usaha Mikro Kecil Menengah berperan cukup penting dalam membangun perekonomian negara, khususnya terhadap ekonomi masyarakat sekitar untuk memenuhi kebutuhan baik untuk sehari-hari maupun masa yang akan datang. Dalam hal ini peran usaha mikro sangat besar terhadap kegiatan ekonomi masyarakat. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang sangat penting dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Dimulai pada saat terjadinya krisis moneter di Indonesia pada tahun 1998. Jika dibandingkan dengan perusahaan besar, keberadaan UMKM relatif lebih mampu bertahan (Al Farisi et al., 2022).

Jumlah UMKM di Indonesia terus mengalami peningkatan secara signifikan. Jumlah UMKM pada tahun 2019 tercatat mencapai 65,46 juta unit

usaha, meningkat dari 57,9 juta unit pada tahun 2013. Jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam UMKM mencapai 119,56 juta orang pada tahun 2019 meningkat dari 114,1 juta orang pada tahun 2013. Pelaku usaha skala mikro, kecil, menengah dan koperasi menempati bagian terbesar dari seluruh aktivitas ekonomi rakyat Indonesia mulai dari petani, nelayan, peternak, petambang, pengrajin, pedagang, dan penyedia berbagai jasa (KUR, 2020).

Namun di balik besarnya peranan UMKM tersebut, selama ini UMKM masih mempunyai permasalahan yang belum sepenuhnya terpecahkan. Permasalahan tersebut diantaranya berupa kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas, kurangnya bimbingan dan pembinaan dari pihak terkait, teknologi yang rendah, sumber daya modal yang kurang, manajemen yang masih tradisional, infrastruktur yang belum memadai, sulitnya memperoleh bahan baku, sulitnya memperoleh ijin usaha atau badan hukum, sulitnya memasarkan produk yang dihasilkan, dan masalah lainnya. Sehingga dari berbagai permasalahan tersebut memberikan pengaruh bagi keberadaan UMKM (Amri, 2015). Hal tersebut sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Yustika (2005) bahwa UMKM selalu terjebak dalam problem keterbatasan modal, teknik produksi, pemasaran, manajemen, dan teknologi. Permasalahan dasar yang dihadapi UMKM diantaranya adalah kurangnya pembinaan, kelemahan di bidang organisasi, bimbingan manajemen yang kurang maksimal, dan kualitas sumber daya manusia yang belum baik (Yustika, 2005).

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu propinsi di Indonesia yang memiliki UMKM di berbagai macam sektor usaha. Propinsi yang terdiri

dari 4 kabupaten dan 1 kota ini memiliki berbagai sektor usaha UMKM potensial untuk dikembangkan sehingga mampu mengangkat perekonomian daerah. Berdasarkan survei kementerian koperasi dan UKM tahun 2016, pelaku UMKM semakin meningkat. Berdasarkan survei Bappeda (2023), pelaku UMKM semakin meningkat. Berikut adalah hasil survei jumlah UMKM DIY pada tahun 2021-2023.

Tabel 2.1 Jumlah UMKM di DIY

Tahun	Jumlah Unit
2021	337.060
2022	342.310
2023	347.310

(Bappeda Provinsi DIY, 2023)

Dampak kemajuan jumlah unit UMKM memberikan dampak positif bagi pembangunan perekonomian daerah. Namun, disisi lain banyaknya UMKM menimbulkan dampak negative bagi pelaku usaha karena daya saing yang sangat ketat, sehingga pelaku usaha mikro dan kecil sangat susah untuk berkembang karena pemasaran yang terbatas, dan konsumen yang mulai memiliki pilihan produk yang terdiferensiasi, sehingga akibatnya pendapatan usaha menjadi berkurang atau menurun jika tidak memiliki *unique selling product* (usp) dalam barang atau jasa yang ditawarkannya.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepada keberhasilan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta seperti kompetensi kewirausahaan, sumber daya keuangan, berbagi pengetahuan, penggunaan teknologi, inovasi produk, inovasi proses, dan

inovasi pemasaran agar pelaku bisnis UMKM juga dengan segera tergerak untuk mengimplementasikan variabel tersebut menjadi bagian dari bisnis yang berkelanjutan untuk mencapai titik keberhasilan yang diharapkan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Resource-Based View (RBV) Theory*

Sumber daya merupakan salah satu indikator bagi keberhasilan suatu perusahaan atau organisasi bisnis, dan keberadaan sumber daya tersebut harus mampu dimanfaatkan sedemikian rupa hingga mampu menghasilkan keuntungan untuk menunjang keberhasilan suatu perusahaan. Sumber daya dapat dikategorikan menjadi sumber daya yang mampu diidentifikasi langsung yaitu sumber daya berwujud, dan sumber daya yang perlu diperlakukan secara berbeda dalam identifikasinya disebut sebagai sumber daya tidak berwujud. Sumber daya berwujud secara sederhana contohnya adalah aset berupa kas atau keuangan perusahaan, aset tetap seperti tanah, bangunan, mesin, dan lain sebagainya, serta masih banyak lagi yang dapat diidentifikasi sebagai aset berwujud (Barney, 1991). Sedangkan, aset tidak berwujud dapat berupa persepsi masyarakat terhadap suatu produk atau jasa tertentu dari suatu perusahaan, budaya yang tercipta dalam operasional, keahlian sumber daya manusia yang ada, hingga masih banyak lagi (Ferreira et al., 2011).

Resource Based View, merupakan teori yang mengakomodasi pemahaman mengenai pentingnya sumber daya suatu perusahaan dalam

mencapai tingkat keunggulan dalam persaingan bisnis yang kompetitif, dengan adanya sumber daya maka keberlanjutan operasional *day to day*, bahkan untuk mencapai asumsi going concern pun dapat tercapai dengan ketersediaan dan pengelolaan sumber daya yang tepat (Wernerfelt, 1984). Efektivitas, efisiensi, dan penciptaan nilai perusahaan akan menjadi sangat signifikan berkat pengaruh dari sumber daya tersebut.

Sumber daya keuangan merupakan salah satu unsur dari sumber daya yang dibutuhkan dalam perusahaan atau bagi UMKM, Jika dikaitkan langsung dengan sumber pendanaan atau modal, maka tidak hanya ekuitas atau modal sendiri yang harus dikuatkan, namun juga pemanfaatan dari pinjaman pihak ketiga, baik dalam bentuk hutang modal kerja, maupun hutang investasi yang semuanya diperuntukkan bagi kemajuan bisnis perusahaan atau dalam penelitian ini merupakan UMKM. Dengan kapasitas, dan pengelolaan sumber daya keuangan yang kuat maka suatu perusahaan tidak lagi berpikir panjang untuk terus melakukan pengembangan bisnisnya, namun melalui sumber daya keuangan pula perusahaan atau UMKM wajib berhati-hati agar tidak terjebak dalam masalah keuangan mulai dari gagal bayar hutang, hingga terkadang suatu perusahaan dapat dikatakan bangkrut atau pailit karena sumber daya keuangan yang tidak dimanfaatkan dengan baik

2.2.2 Teori Kompetensi Spencer

Kompetensi merupakan karakteristik dasar yang mampu menggambarkan efektivitas individu dalam bekerja atau melakukan

kegiatan tertentu sehingga organisasi atau perusahaan dapat mencapai tujuan yang diharapkan dengan kehadiran individu tersebut (Spencer & Spencer, 1993). Lebih lanjut, dijelaskan bahwa untuk mencapai tingkat kompetensi yang sesuai, individu harus memiliki 5 karakteristik dasar yang dijelaskan sebagai berikut (Spencer & Spencer, 1993).

- a. Pengetahuan, merupakan karakteristik pertama seseorang dapat dikatakan memiliki kompetensi. Hal ini dikarenakan pengetahuan merupakan informasi yang menjadi landasan fundamental seseorang untuk mampu menjalankan pertanggungjawaban dalam sektor atau kegiatan apapun yang dijalannya. Selain itu, dengan pengetahuan seseorang menjadi terarah karena akan mengetahui teknik dan strategi yang mampu membawa organisasi atau perusahaan dalam mencapai sasaran maupun tujuan yang diharapkan dengan lebih efisien. Hal-hal yang bersifat teoritis dalam ilmu pengetahuan, serta pengetahuan lain yang tercipta melalui pengalaman, jika dikaitkan dalam kemajuan UMKM akan sangat berimplikasi positif dalam proses kemajuan suatu bisnis, sehingga kompetensi berupa pengetahuan ini menjadi satu landasan awal, dan kemudian dilengkapi dengan beberapa indikator lain yang dijelaskan pada poin selanjutnya.
- b. Keterampilan, merupakan kemampuan profesional atau keahlian yang dimiliki seseorang dalam menentukan strategi dan teknik yang mampu digunakan dalam segala bentuk kondisi untuk menyelesaikan tugas yang dibebankan sesuai dengan tujuan atau kondisi terbaik bagi organisasi

atau perusahaan. Dalam konteks bisnis atau UMKM, keterampilan digambarkan ketika seseorang mampu menentukan strategi dan teknik yang tepat untuk mempertahankan performa dalam kondisi apapun.

- c. Sikap/Watak, respon dalam kondisi tertentu akan dipengaruhi oleh kondisi emosional seseorang yang sudah terbentuk selama bertahun-tahun menjadi sebuah sikap atau watak. Kemampuan seseorang dalam mengelola sikap dengan watak yang tercermin dengan baik, menunjukkan seseorang tersebut merupakan pribadi yang berjiwa bijaksana dan arif, serta mampu menjadi teladan bagi orang disekelilingnya. Dengan kata lain, entrepreneur atau wirausaha harus mampu membawa sikap atau watak pada dirinya untuk mampu mendorong setiap karyawan menuju performa yang diharapkan
- d. Motif, merupakan pemikiran, keinginan, dan tujuan yang dilakukan seseorang dalam mencapai sesuatu yang ingin dicapainya. Motif seseorang akan berpengaruh pada setiap tindakan yang dipilih, serta mampu menjadi dorongan terbesar baik dari sisi positif maupun negatif. Arah positif harus mampu dibawa dan disebarkan seorang *entrepreneur* atau wirausaha karena berkat dorongan yang besar dari motif tersebut, seseorang akan mengarahkan setiap tindakan dan kegiatannya pada kemajuan perusahaan dan organisasi.

Konsep diri, landasan ideologis dan kemampuan seseorang bertindak dalam mempertahankan idealismenya, serta tidak mengabaikan realitas yang terjadi dengan tetap meyakinkan diri untuk dapat menjalankan

pekerjaan dengan baik dan benar merupakan salah satu aspek kompetensi terakhir yang kerap kali dikompromikan. Padahal melalui konsep diri yang terbentuk, seseorang akan lebih mampu bergerak dan memberi tindakan secara mengakar, sehingga tujuan yang diharapkan mampu terbentuk dan seiring waktu akan tercapai dengan kepercayaan besar orang-orang yang mengikuti. *Entrepreneur* atau wirausaha merupakan sosok *leader* yang dengan memiliki indikator ini akan mampu dihargai dan membawa seluruh gerbong dalam bisnisnya menjadi satu kesatuan utuh dalam tercapainya tujuan yang ditetapkan.

2.2.3 Teori Inovasi Schumpeter

Faktor utama terciptanya pembangunan atau perkembangan ekonomi dalam suatu bisnis adalah adanya inovasi yang dilakukan oleh para entrepreneur atau wirausaha (Schumpeter, 1934). Inovasi yang dilakukan oleh entrepreneur atau wirausaha bahkan lebih luas dapat berpengaruh pada pendapatan masyarakat, sehingga inovasi menjadi hal yang mendasar dan penting untuk dilakukan secara berkala dan terus-menerus seiring perkembangan zaman.

Dijelaskan dalam teori yang terbangun dalam bukunya yang diterjemahkan dari Bahasa Jerman yaitu *The Theory of Economic Development*, bahwa inovasi dapat terjadi berkaitan erat dengan ketersediaan pendanaan atau modal dalam perusahaan yang biasanya mampu tercipta melalui proses investasi atau hutang kepada kreditur. Melalui investasi dijelaskan bahwa pergerakan perusahaan mampu

menjadi lebih luas dan berdampak pada perkembangan bisnis atau dalam hal ini UMKM, yang secara tidak langsung jika performa perusahaan baik, maka kesejahteraan pekerjanya akan meningkat, dan mendorong adanya konsumsi oleh pekerja selaku masyarakat dalam sebuah negara, hingga pada akhirnya perkembangan ekonomi negara pun akan terpengaruh positif dan signifikan (Schumpeter, 1934).

Berkenaan dengan kegiatan inovasi, Schumpeter, (1934) mengelompokkannya menjadi 5 klasifikasi yang menandakan telah terjadinya inovasi tersebut, yaitu :

- a. Meluncurkan produk baru sebagai hasil olah dari suatu perusahaan.
- b. Memperkenalkan metode produksi baru
- c. Penemuan sumber bahan baku baru
- d. Pembukaan daerah pasar baru.
- e. Efisiensi organisasi industri

Indikator yang dijelaskan dalam rincian detail diatas menunjukkan bahwa pada akhirnya inovasi merupakan suatu rangkaian yang harus dicapai melalui Inovasi Produk yang digambarkan melalui poin pertama diatas, yaitu peluncuran produk baru. Lalu, inovasi produk yang muncul dari keharusan adanya inovasi proses digambarkan dengan dua poin berikutnya, yaitu adanya metode produksi baru dan ditemukannya sumber bahan baku baru. Serta, kedua hal tersebut agar mampu ditangkap oleh masyarakat dan pembeli atau customer, maka perlu adanya inovasi

pemasaran, yang digambarkan dengan pembukaan atau ekspansi pada pangsa pasar yang lebih luas.

Inovasi terjadi secara berbeda, dan beberapa juga membutuhkan ide, walaupun dengan skala penggunaan ide dari hasil olah pikiran yang berbeda. Ditekankan bahwa inovasi lahir dari proses *creative destruction* yang terjadi melalui ide dan gagasan seorang *entrepreneur* karena visi dari seorang entrepreneur yang sesungguhnya adalah “*to be different from the others*”. Hingga kini visi yang disampaikan oleh Schumpeter, (1934) tersebut adalah benar, karena tidak ada satupun bisnis yang mampu bertahan jika tidak melakukan inovasi, bahkan sekecil apapun inovasi yang dilakukan akan sangat berpengaruh pada perkembangan dan pertumbuhan bisnis atau UMKM. *Unique Selling Point* akan menjadi acuan seseorang, sebagai gerbang awal customer tertarik kepada produk atau jasa, dan keseluruhan hal tersebut tercipta melalui proses inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pemasaran.

2.3 Kompetensi Kewirausahaan

2.3.1 Pengertian Kompetensi Kewirausahaan

Kompetensi kewirausahaan adalah ilmu pengetahuan dan kemampuan, serta nilai-nilai, perilaku, kepribadian dan keahlian yang memfokuskan kepada perilaku kewirausahaan (Kefela, 2012) (Morris et al., 2013). Kompetensi kewirausahaan merupakan pengetahuan, perilaku, dan keterampilan yang saling terhubung satu sama lain, yang dibutuhkan pelaku usaha untuk selalu ditingkatkan dan dikembangkan

agar dalam mengelola bisnisnya, dapat mewujudkan kinerja terbaik (Isa et al., 2011). Kompetensi kewirausahaan juga dibutuhkan untuk mengelola bisnis yang baru dibangun dan memiliki skala yang kecil (Mitchelmore & Rowley, 2010).

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa kompetensi kewirausahaan merupakan salah satu indikator yang penting dalam bisnis baik secara internal maupun eksternal karena sangat berdampak dalam organisasi maupun potensi secara individu, dan sangat memberikan dampak yang untuk menciptakan dalam menciptakan ide baru atau melakukan inovasi dalam bisnis tersebut

2.3.2 Komponen-komponen Kompetensi Kewirausahaan

Lima dimensi yang harus dimiliki bahwa bisnis yang memiliki manajemen yang memiliki keterampilan maksimal yang menjadi dasar dalam kompetensi inti akan dapat meraih kinerja dengan peningkatan yang baik jika dibandingkan bisnis kompetitor lain yang tidak dapat melakukannya lima dimensi kompetensi yang dijabarkan sebagai berikut (Novitasari & Widya, 2015):

a. *Task Skill*

Keterampilan yang dimiliki agar dapat terlaksananya tanggung jawab utama sesuai dengan standar disuatu perusahaan.

b. *Task Management Skill*

Keterampilan yang dimiliki agar dapat mengendalikan serangkaian tanggung jawab yang berbeda yang timbul dari sebuah pekerjaan.

c. *Contingency Management Skill*

Keterampilan dalam mengambil tindakan yang akurat jika terdapat problematika di dalam suatu pekerjaan.

d. *Job Role Environment Skill*

Merupakan keterampilan yang dimiliki agar dapat bekerja sama, dan menjaga kenyamanan di area kerja.

e. *Transfer Skill*

Keterampilan yang dimiliki agar dapat menyesuaikan dengan lingkungan baru.

Selain komponen, didalam kompetensi kewirausahaan juga terdapat indikator-indikator yang diantaranya sebagai berikut (Gemina & Ginanjar, 2019):

a. *Knowledge* (Pengetahuan)

Yaitu mempunyai keahlian serta knowledge mengenai bisnis yang sedang dijalani dan ditekuni.

b. *Skill* (Keterampilan)

Yaitu mempunyai pengetahuan yang praktis seperti pengetahuan teknis, desain, pemrosesan, pembukuan, administrasi dan pemasaran.

c. *Attitude* (Perilaku)

Merupakan tendensi untuk menanggapi baik secara positif maupun negatif pada individu atau sesuatu dalam lingkungannya. Perilaku akan terlihat jika seseorang menyatakan suka atau tidaknya terhadap

sesuatu. Hal ini mencakup perilaku dalam melakukan berinteraksi, dan berhubungan dengan pihak lain.

2.4 Sumber Daya Keuangan

Merupakan aset yang dimanfaatkan sebagai penyelesaian suatu pekerjaan, dan dalam setiap perusahaan harus memilikinya karena financial resources merupakan sumber daya yang nyata (Stacey, 2011). Sumber daya keuangan yang proporsional dibutuhkan dalam bisnis agar dapat berinvestasi yang sustainable terhadap pelatihan dan pelatihan tenaga kerja, serta agar dapat menjadi pelopor dalam serangkaian proses inovasi juga dalam upaya menjaga keunggulan yang semakin kompetitif (Dyer et al., 2014).

Sumber daya keuangan merupakan hal yang penting bagi suatu bisnis agar bisnis tersebut dapat tumbuh dan berkembang, serta dapat berinovasi (Moscalu et al., 2020). Jika suatu perusahaan mengalami kekurangan dalam sumber daya keuangan, maka akan menghambat jalannya kinerja, pertumbuhan, serta menghalangi dalam memproduksi produk perusahaan tersebut (Owusu et al., 2019).

2.5 Penggunaan Teknologi

2.5.1 Pengertian Penggunaan Teknologi

Pada era Revolusi industri seperti saat ini, semua wirausaha didorong agar dapat beradaptasi pada area bisnis yang semakin dinamis, salah satunya dengan mengandalkan teknologi digital, karena dengan adanya digitalisasi mampu meningkatkan kinerja UMKM (Arumsari et al., 2022).

Teknologi merupakan fungsi penting sebagai penunjang kebutuhan secara informatif dalam berbagai bisnis, juga adanya teknologi menunjang para pelaku usaha untuk berinovasi (Silvi Purnia et al., 2020). Penggunaan teknologi yang dilakukan oleh konsumen adalah hasil dari serangkaian proses yang digunakan user dalam mengambil keputusan tentang sebuah teknologi (Davis, 1989).

2.5.2 Peran Penting Teknologi dalam Dunia Bisnis

Pentingnya teknologi dalam bisnis yang dijabarkan sebagai berikut (Wardhana, 2022) :

a. Komunikasi Internal dan Eksternal dapat Berkembang

Teknologi informasi dan komunikasi berperan penting dalam meningkatkan komunikasi internal dan eksternal agar lebih efektif. Teknologi secara eksternal akan menyederhanakan data dalam berbagai jenis komunikasi baik antar karyawan pada suatu unit kerja, maupun dengan unit yang lain dalam satu organisasi perusahaan. Secara eksternal, teknologi dapat meningkatkan komunikasi antara organisasi perusahaan dengan pelanggan, maupun pemasok, dengan menggunakan berbagai jenisnya seperti *email marketing*, *digital marketing*, *sosial media marketing*, dan sebagainya. Teknologi telah membuat komunikasi menjadi lebih mudah, lebih cepat, dan lebih luas jangkauan penyebarannya, serta mampu mengintegrasikan proses kehidupan manusia khususnya dalam dunia bisnis sehingga operasional bisnis dapat dijalankan dengan lebih efektif dan efisien. Selain itu, teknologi

saat ini juga mampu menurunkan *cost*, namun tetap meningkatkan produktifitas, dan membuat tenaga kerja mampu melaksanakan pekerjaannya dimanapun ia berada dengan tetap terkoordinasi melalui peran teknologi.

b. Pengambilan Keputusan secara Efisien

Merupakan bagian yang terpenting dalam bisnis sektor apapun. Dengan adanya teknologi seperti *Big Data*, dan *Artificial Intelligence (AI)*, bisnis dapat menciptakan keputusan yang tepat berdasarkan pengumpulan data pasar dengan data pelanggan agar dapat membantu bisnis dalam mengevaluasi keunggulan ataupun kelemahannya, dan menata strategi bisnis yang sesuai.

c. Mendukung Pemasaran dan Perkembangan Bisnis

Setelah menata strategi bisnis, langkah berikutnya adalah dengan memanfaatkan teknologi, bisnis dapat menyusun pendekatan yang efisien agar dapat membawakan hasil yang menguntungkan.

d. Meningkatkan Hubungan dengan Pelanggan

Setiap bisnis pasti akan berupaya menciptakan basis pelanggan dengan memanfaatkan sistem *Customer Relationship Management (CRM)* berbasis teknologi informasi dan komunikasi (ICT) yang bermanfaat bagi bisnis untuk dapat menemukan apa yang dibutuhkan, dan diharapkan oleh basis pelanggan bisnis tersebut.

e. Meningkatkan Keunggulan Kompetitif

Pada era digital seperti saat ini, persaingan di pasar menjadi sangat kompetitif terhadap berbagai jenis bisnis. Teknologi membantu bisnis dengan menawarkan pengetahuan atau wawasan yang lebih baik kepada suatu perusahaan mengenai pasar agar tetap berada di puncak keunggulan.

2.5.3 Manfaat Penggunaan Teknologi dalam Dunia Bisnis

Manfaat penggunaan teknologi dalam bisnis sebagai berikut (Wardhana, 2022):

- a. Target konsumen ataupun target promosi dapat dikendalikan berdasarkan demografi, geografis, *lifestyle*, tingkat pendapatan, gender, rentang usia, serta berbagai jenis produk dan layanan sesuai dengan sifat konsumen.
- b. Hasil dapat diraih dengan cepat sehingga perusahaan dapat segera membuat keputusan, dan melakukan evaluasi jika terdapat ketidaksesuaian, serta melakukan perombakan strategi pemasaran jika dibutuhkan sesuai dengan keadaan pasar.
- c. Hemat biaya mengenai operasional, serta biaya promosi jika dibandingkan dengan pemasaran konvensional
- d. Jangkauan pasar menjadi lebih luas secara geografis, yang artinya dapat menjangkau target semua konsumen di berbagai belahan dunia serta tidak terbatas oleh waktu operasional artinya dapat diakses selama 24 jam tanpa hari libur

2.6 Berbagai Pengetahuan

2.6.1 Pengertian Berbagi Pengetahuan

Berbagi pengetahuan adalah tindakan pengambilan keputusan karyawan yang dilihat dapat memberikan manfaat, juga selain kepada pihak ketiga, dan dalam menjaga pengetahuan untuk karyawan itu sendiri (Gerpott et al., 2020). Berbagi pengetahuan dalam perusahaan merupakan serangkaian proses pertukaran pengetahuan dan pengalaman antar karyawan atau unit satu dengan yang lain dalam satu perusahaan agar saling mendapatkan pengetahuan dan informasi yang baru, yang berguna bagi perusahaan maupun individu (Michna & Kmiecik, 2020).

2.6.2 Manfaat Berbagi Pengetahuan

Manfaat dari berbagi pengetahuan antara lain (Partogi & Tjahjawati, 2019):

- a. Bisnis yang mempunyai karyawan yang siap dalam melaksanakan tanggung jawabnya sehingga dengan terbentuknya pekerja yang berkualitas, bisnis tersebut dapat meraih tujuannya dengan lebih mudah.
- b. Karyawan diharapkan dapat mempelajari dengan baik dan melaksanakan fungsi serta tanggung jawab dalam perusahaan.
- c. Adanya perkembangan attitude, pengetahuan dan keahlian sumber daya manusia dalam perusahaan untuk mendukung dalam meraih tujuan perusahaan.
- d. Berbagi pengetahuan bagi karyawan merupakan serangkaian proses yang bermanfaat untuk memberikan space kepada anggota suatu unit

dalam perusahaan untuk membagikan pengetahuan serta informasi yang dimiliki antar satu sama lain

2.7 Inovasi Produk

2.7.1 Pengertian Inovasi Produk

Secara luas, inovasi produk merupakan pengidentifikasian produk yang baru, atau peningkatan sebuah produk atau produk tersebut mengalami pembaharuan yang secara signifikan searah dengan karakteristik, kemampuan, pemanfaatan, serta bagian-bagiannya yang meliputi reparasi dalam spesifikasi teknis bahan baku, atau hal-hal fungsional yang terdapat dalam produk perusahaan (OECD, 2005).

Inovasi produk sebagai keahlian dalam implementasi penuntasan secara kreatif terhadap problematika dan kesempatan agar dapat meningkatkan individu (Scarborough et al., 2019). Inovasi bukan hanya sebatas pengembangan produk yang sudah ada, namun inovasi juga berupa pemikiran bisnis serta proses yang baru (Ulum & Rusnaini, 2023).

2.7.2 Manfaat Inovasi Produk

Beberapa manfaat yang didapatkan dari inovasi produk (GreatNusa, 2023), antara lain:

a. Menghasilkan Produk yang Unik serta Inovatif

Produk inovatif ini dapat dilihat dari aspek desain, dan cara pembuatan yang berbeda dengan produk yang telah ada. Produk yang inovatif dan unik dapat meningkatkan daya saing perusahaan terhadap competitor

lain, serta dapat menarik perhatian pelanggan baik yang sudah ada maupun pelanggan baru.

b. Menghasilkan Produk Berkualitas dan Sesuai Kebutuhan

Agar dapat meningkatkan kepuasan, serta meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan, produk akan memperbaiki dari segi desain, maupun kualitas produk agar lebih baik.

c. Harga Jual Produk Menjadi Lebih Tinggi

Dengan adanya inovasi produk, perusahaan dapat meningkatkan harga jual produk, karena inovasi produk telah menciptakan nilai tambah yang dapat ditawarkan kepada pelanggan

2.8 Inovasi Proses

2.8.1 Pengertian Inovasi Proses

Inovasi proses mengarah kepada pembaruan terhadap proses produksi, mekanisme pendistribusian, serta aktivitas pendukung yang mencakup pembaruan secara signifikan dalam mekanisme dan alat-alat yang juga membawa perbaikan secara signifikan pada peralatan termasuk teknologi, dan software bisnis mekanisme produksi atau pendistribusian (OECD, 2005).

Inovasi proses memaparkan mengenai perubahan dalam metode perusahaan dalam memproduksi sesuatu produk atau jasa akhir dari bisnisnya. Inovasi berfokus pada pengetahuan, gagasan, metode dan keahlian yang dapat digunakan sebagai daya saing perusahaan (Un & Asakawa, 2015).

2.9 Inovasi Pemasaran

2.9.1 Pengertian Inovasi Pemasaran

Inovasi pemasaran didefinisikan sebagai penerapan mekanisme pemasaran baru, yang mengikutsertakan perubahan secara signifikan dalam desain atau kemasan produk, serta promosi produk dan harganya (Ayinaddis, 2023). Inovasi dalam pemasaran adalah upaya untuk menemukan ide dan pemikiran baru pada strategi pemasaran yang berguna untuk meningkatkan daya saing bisnis. Inovasi dalam pemasaran dapat mendorong bisnis untuk mempromosikan dan meningkatkan kualitas suatu produk atau layanan baru, serta memperluas pangsa pasar (Dwi, 2023).

2.9.2 Manfaat Inovasi Pemasaran

Manfaat jika suatu bisnis melakukan inovasi pemasaran yang dijelaskan sebagai berikut (Dwi, 2023):

- a. Meningkatkan kualitas produk atau layanan.
- b. Memperkenalkan produk atau layanan baru untuk agar kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat terpenuhi.
- c. Dengan menjangkau pasar baru atau menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama guna untuk memperluas pangsa pasar.
- d. Dengan adanya peningkatan produk atau layanan yang lebih baik dari pesaing, perusahaan dapat meraih keunggulan secara kompetitif.
- e. Serangkaian proses pemasaran menjadi lebih efektif dan efisien.

- f. Dengan memberikan experience baru yang lebih baik, akan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.
- g. Meningkatkan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan akan memperoleh imbal balik dari pelanggan kepada perusahaan.

2.10 Penelitian Terdahulu

Pertama, penelitian yang berjudul *“The Impact of Internal Faktors on Small Business Success: A Case of Small Enterprises Under The FELDA Scheme”* yang ditulis oleh Khadijah Mohamad Radzi, Mohammad Nazri Mohd Nor, dan Suhana Mohezar Ali, yang memiliki variabel independen yang meliputi kompetensi kewirausahaan, kemampuan pemasaran, sumber daya keuangan, penggunaan teknologi, berbagi pengetahuan, dan variabel dependen berupa kesuksesan bisnis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei yaitu melalui penyebaran kuesioner dengan sampel penelitian berjumlah 500 perusahaan, dengan hasil penelitiannya adalah hanya kompetensi kewirausahaan dan penggunaan teknologi yang berhubungan dengan usaha kecil.

Kedua, penelitian yang berjudul *“The Effect of Innovation Orientation on Firm Performance: Evidence from Micro and Small Manufacturing Firms in Selected Towns of Awi Zone, Ethiopia”* yang ditulis oleh Samuel Godadaw Ayinaddis, yang memiliki variabel independen yang meliputi inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, inovasi organisasi dan variabel dependen berupa kinerja perusahaan. Sampel penelitian berjumlah 247 perusahaan manufaktur, dengan hasil penelitiannya adalah: hasil regresi: menunjukkan

bahwa dengan adanya inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, dan inovasi organisasi memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan, inovasi produk yang diikuti dengan inovasi proses dan inovasi organisasi memiliki pengaruh secara positif yang kuat terhadap variabel dependen.

Ketiga, penelitian yang berjudul “*Innovation and Patents as A Business Success Factors*” yang ditulis oleh Youseline Garavito Hernandez dan Javier Francisco Rueda Galvis, yang memiliki variabel independen yaitu inovasi, paten dan variabel dependen yaitu keberhasilan usaha. Sampel 1.746 perusahaan dalam sektor manufaktur di Negara Kolombia, dengan hasil penelitiannya adalah antara inovasi produk dengan pencapaian keberhasilan bisnis menunjukkan adanya hubungan secara positif, pendaftaran paten berakibat negatif terhadap keberhasilan bisnis sebagai faktor internal.

Keempat, penelitian yang berjudul “*Impact of Communication Technologies on Small Business Success*” yang ditulis oleh Jennifer Johnson Jorgensen, Virginia Solis Zuiker, Linda Manikowske, dan Melody Lehew, yang memiliki variabel independen yang meliputi teknologi informasi dan variabel dependen yaitu keberhasilan bisnis. Sampel penelitian berjumlah 511 pemilik usaha, dengan hasil penelitiannya adalah: pemilik usaha dengan skala kecil menyatakan bahwa teknologi komunikasi yang mudah untuk digunakan berkontribusi terhadap keberhasilan bisnis.

Kelima, penelitian yang berjudul “*Study on the Influencing Factors of Business Success Variabels of Technology Startup Entrepreneurs*” yang ditulis

Seok-Soo Kim dan Yen-Yoo You, yang memiliki variabel independen yang meliputi berbagi pengetahuan, pengembangan produk baru, manajemen pemasok terintegrasi, kinerja bisnis dan memiliki variabel dependen yaitu keberhasilan usaha. Sampel penelitian berjumlah 205 kuesioner, dengan hasil penelitiannya adalah pemodelan struktural terhadap indikator yang mempengaruhi keberhasilan usaha startup teknologi berkontribusi terhadap penetapan kebijakan startup bagi lembaga *startup* dan pemerintah.

2.11 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis ini diuji agar dapat mengetahui pengaruh kompetensi kewirausahaan, sumber daya keuangan, berbagi pengetahuan, penggunaan teknologi, inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pemasaran terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berikut merupakan beberapa hipotesis yang akan diuji:

2.11.1 Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan UMKM di DIY

Kompetensi kewirausahaan adalah ilmu pengetahuan dan kemampuan, serta nilai-nilai, perilaku, kepribadian dan keahlian yang memfokuskan kepada perilaku kewirausahaan (Kefela, 2012) (Morris et al., 2013). Kompetensi kewirausahaan merupakan pengetahuan, perilaku, dan keterampilan yang saling terhubung satu sama lain, yang dibutuhkan pelaku usaha untuk selalu ditingkatkan dan dikembangkan agar dalam mengelola bisnisnya, dapat mewujudkan kinerja terbaik (Isa et al., 2011). Kompetensi kewirausahaan juga dibutuhkan untuk mengelola bisnis yang baru dibangun

dan memiliki skala yang kecil (Mitchelmore & Rowley, 2010). Hal tersebut dikarenakan kompetensi dapat mempengaruhi pola bisnis tersebut dibangun, mulai dari penetapan tujuan, penyusunan strategi hingga operasional day to day perusahaan. Apabila pemilik UMKM memiliki kompetensi yang baik, yang bisa diukur Pendidikan, pengalaman, maupun cara pandangnya, maka suatu bisnis atau UMKM dapat berkembang secara berkelanjutan.

Dalam penelitian Mohamad Radzi et.al., (2017) dan Baharudin et al., (2020) menyatakan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keberhasilan bisnis. Maka dari itu, dapat diambil hipotesis yaitu:

H1 : Kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM di DIY.

2.11.2 Pengaruh Sumber Daya Keuangan terhadap Keberhasilan UMKM di DIY

Merupakan aset yang dimanfaatkan sebagai penyelesaian suatu pekerjaan, dan dalam setiap perusahaan harus memilikinya karena *financial resources* merupakan sumber daya yang nyata (Stacey, 2011). Sumber daya keuangan merupakan hal yang penting bagi suatu bisnis agar bisnis tersebut dapat tumbuh dan berkembang, serta dapat melakukan inovasi (Moscalu et al., 2020). Jika suatu perusahaan mengalami kekurangan dalam sumber daya keuangan, maka akan menghambat jalannya kinerja, pertumbuhan, serta menghalangi proses produksi atau penciptaan produk perusahaan tersebut (Owusu et al., 2019). Oleh karena itu, UMKM harus mempunyai

struktur modal yang baik agar dapat terus bertumbuh dengan kecukupan sumber daya keuangan yang dimilikinya sendiri atau dalam kata lain memiliki modal mandiri yang cukup dari sumber internal dalam operasional bisnis *day to day*.

Dalam penelitian Andrew Huang et al., (2010) dan Wahyudiati & Isroah, (2018) menyatakan bahwa sumber daya keuangan berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis UMKM, maka dari itu dapat diambil hipotesis yaitu:

H2 : sumber daya keuangan berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM di DIY.

2.11.3 Pengaruh Penggunaan Teknologi terhadap Keberhasilan UMKM di DIY

Teknologi merupakan fungsi penting bagi bisnis saat ini sebagai penunjang kebutuhan informasi yang akurat, cepat, dan mudah, melalui hal tersebut teknologi akhirnya dapat menunjang para pelaku usaha untuk berinovasi (Silvi Purnia et al., 2020). Penggunaan teknologi yang dilakukan oleh konsumen adalah hasil dari serangkaian proses yang digunakan user dalam mengambil keputusan (Davis, 1989). Hal tersebut berarti bahwa teknologi merupakan ruang koneksi yang menghubungkan antara kedua pihak yang terlibat dalam aktivitas bisnis UMKM dari segi permintaan dan penawaran. Melalui teknologi pula saat ini bermunculan beragam *e-commerce* yang secara spesifik mampu dimanfaatkan oleh setiap UMKM

dalam rangka mencapai tujuan profitabilitas demi menunjang keberhasilan kinerja UMKM tersebut.

Dalam penelitian Mohamad Radzi et al., (2017) dan GS, (2020) menyatakan bahwa penggunaan teknologi dalam beragam sisi berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis, maka dari itu dapat diambil hipotesis yaitu:

H3 : penggunaan teknologi berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM di DIY.

2.11.4 Pengaruh Berbagi Pengetahuan terhadap Keberhasilan UMKM di DIY

Berbagi pengetahuan adalah tindakan pengambilan keputusan *entrepreneur* atau wirausaha dan karyawan yang dilihat dapat memberikan manfaat dalam membangun kompetensi profesionalisme antar pihak yang terlibat dalam bisnis UMKM, juga kepada pihak ketiga dalam hal ini customer yang merupakan tujuan akhir bisnis dilakukan untuk mencapai tingkat profitabilitas. (Gerpott et al., 2020).

Jika ditinjau dari prosesnya *Knowledge sharing* atau berbagi pengetahuan dalam perusahaan merupakan serangkaian proses pertukaran pengetahuan dan pengalaman antar karyawan atau unit satu dengan yang lain dalam satu perusahaan agar saling mendapatkan pengetahuan dan informasi yang baru, yang berguna bagi perusahaan maupun individu (Michna & Kmiecik, 2020). Melalui pengetahuan yang disebarkan tersebut akan menunjang kompetensi diantara berbagai pihak dalam keterlibatannya untuk memajukan bisnis UMKM, seperti pengalaman dari pihak yang lebih

dulu terlibat dalam berbagai aktivitas, pengetahuan atau kompetensi dari pihak yang lebih memiliki tingkat keilmuan tinggi atau luas di antara lainnya, hingga referensi lain yang dapat merujuk pada profesionalisme kerja dan integritas semuanya pada akhirnya mampu meningkatkan daya kinerja UMKM untuk mencapai tujuannya. Selain itu pengetahuan mengenai produk atau bisnis, yang dikemas sedemikian rupa hingga menarik perhatian customer, juga akan mampu memikat hati untuk dapat menggunakan produk yang diciptakan oleh unit usaha atau bisnis UMKM tersebut.

Dalam penelitian Mohamad Radzi et al., (2017) dan Ngah & Jusoff, (2009) menyatakan bahwa berbagai pengetahuan berpengaruh positif terhadap keberhasilan bisnis, maka dari itu dapat diambil hipotesis yaitu:

H4 : berbagai pengetahuan berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM di DIY

2.11.5 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keberhasilan UMKM di DIY

Secara, inovasi produk merupakan pengidentifikasian produk yang baru, atau peningkatan sebuah produk atau produk tersebut mengalami pembaharuan yang secara signifikan searah dengan karakteristik, kemampuan, pemanfaatan, serta bagian-bagiannya yang meliputi reparasi dalam spesifikasi teknis bahan baku, atau hal-hal fungsional yang terdapat dalam produk perusahaan (OECD, 2005).

Inovasi produk sebagai keahlian dalam implementasi penuntasan secara kreatif terhadap problematika dan kesempatan agar dapat meningkatkan

individu (Scarborough et al., 2019). Inovasi bukan hanya sebatas pengembangan produk yang sudah ada, namun inovasi juga berupa pemikiran bisnis serta proses yang baru (Ulum & Rusnaini, 2023). Dengan ini, maka inovasi produk dapat diartikan sebagai salah satu langkah UMKM agar selalu memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan kompetitornya karena produk yang dimilikinya lebih mampu bersaing sesuai dengan zamannya, dan menyesuaikan setiap *trend* yang sedang berlangsung, atau bahkan menciptakan *trend* itu sendiri.

Dalam penelitian Ayinaddis, (2023) dan Atalay et al., (2013) menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap keberhasilan bisnis, maka dari itu dapat diambil hipotesis yaitu:

H5 : inovasi produk berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM di DIY.

2.11.6 Pengaruh Inovasi Proses terhadap Keberhasilan UMKM di DIY

Inovasi proses mengarah kepada pembaruan terhadap proses produksi, mekanisme pendistribusian, serta aktivitas pendukung yang mencakup pembaruan secara signifikan dalam mekanisme dan alat-alat yang juga membawa perbaikan secara signifikan pada peralatan termasuk teknologi, dan software bisnis mekanisme produksi atau pendistribusian (OECD, 2005).

Inovasi proses sederhananya merupakan perubahan dalam metode perusahaan dalam memproduksi suatu produk atau jasa akhir dari bisnisnya. Inovasi proses berakar dari adanya kebaruan dalam

pengetahuan, gagasan, metode dan keahlian yang dapat digunakan sebagai daya saing perusahaan (Un & Asakawa, 2015). Maka dari itu, dengan adanya inovasi pada proses operasional perusahaan terutama pada siklus produksi, maka UMKM dapat meningkatkan kualitas hasil produk, yang akan berdampak pula kepada produk yang inovatif, sehingga mampu mendapatkan atensi dari customer atau pelanggan, yang kemudian linier dengan kinerja perusahaan yang bertumbuh positif secara berkelanjutan.

Dalam penelitian Ayinaddis, (2023) dan Muharam et al., (2020) menyatakan bahwa inovasi proses berpengaruh positif terhadap keberhasilan bisnis, maka dari itu dapat diambil hipotesis yaitu:

H6 : inovasi proses berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM di DIY.

2.11.7 Pengaruh Inovasi Pemasaran terhadap Keberhasilan UMKM di DIY

Inovasi pemasaran didefinisikan sebagai penerapan mekanisme pemasaran baru, yang mengikutsertakan perubahan secara signifikan dalam desain atau kemasan produk, serta promosi produk dan harganya (Ayinaddis, 2023). Inovasi dalam pemasaran adalah upaya untuk menemukan ide dan pemikiran baru pada strategi pemasaran yang berguna untuk meningkatkan daya saing bisnis. Inovasi dalam pemasaran dapat mendorong bisnis untuk mempromosikan dan meningkatkan kualitas suatu produk atau layanan baru, serta memperluas pangsa pasar (Dwi, 2023). Maka dari itu, adanya metode baru dalam pemasaran, akan memperluas pangsa pasar produk yang dimiliki perusahaan tersebut, karena melalui

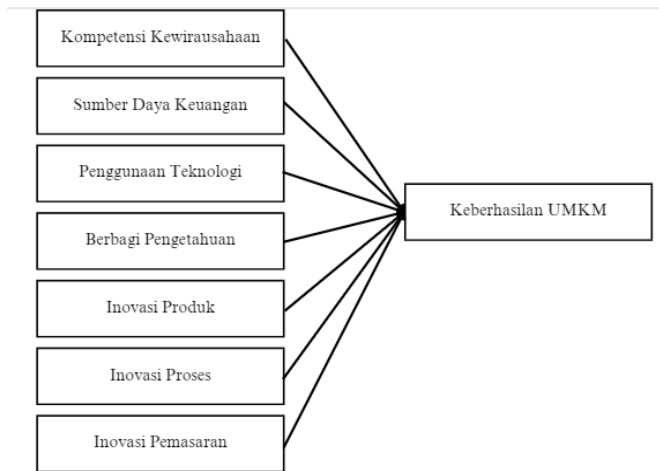
inovasi pada pemasaran seluruh rangkaian inovasi produk dan inovasi proses mampu mendapatkan atensi dari pasar untuk menggaet *customer* baru, serta mempertahankan *customer* lama untuk loyal kepada perusahaan. Selain itu, inovasi pemasaran juga merupakan faktor penting untuk terus memperkenalkan produk secara berkelanjutan.

Dalam penelitian Ayinaddis, (2023) dan Muharam et al., (2020) mnyatakan bahwa inovasi pemasaran berpengaruh positif terhadap keberhasilan bisnis, maka dari itu dapat diambil hipotesis yaitu:

H7 : inovasi pemasaran berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM di DIY.

2.12 Kerangka Penelitian

Penelitian ini menyatakan bahwa variabel independen yaitu kompetensi kewirausahaan, sumber daya keuangan, penggunaan teknologi, berbagi pengetahuan, inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pemasaran berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keberhasilan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Gambar 1.1 merupakan gambaran kerangka pemikiran berdasarkan penjabaran diatas:



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

3.1.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekelompok elemen yang lengkap, dapat berupa individu, objek, transaksi atau peristiwa dimana kita tertarik untuk mengidentifikasi sebagai objek penelitian (Sinaga, 2014). Populasi penelitian ini adalah pemilik atau manajer UMKM yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel merupakan sebagian dari anggota-anggota suatu kelompok atau objek-objek yang digunakan sebagai dasar untuk mendapatkan keterangan atau menarik kesimpulan tentang kelompok tersebut (Sinaga, 2014).

Dengan menggunakan *purposive sampling* yang merupakan metode pengambilan sampel yang digunakan ketika peneliti sudah punya target individu dengan karakteristik yang sesuai dengan penelitian. Metode tersebut digunakan sebagai dasar pemilihan sampel UMKM yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta sesuai penelitian yang diangkat oleh penulis. Kriteria sampel yang penulis tentukan dijabarkan sebagai berikut:

- a. Lokasi Geografis dalam penelitian adalah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta
- b. UMKM yang menjadi responden dan objek penelitian adalah UMKM yang memiliki minimal 3 karyawan.

c. Hanya seorang manajer atau pemilik usaha yang dapat mengisi kuisisioner atau menjadi responden dalam penelitian

Jumlah responden ditetapkan minimal 150 UMKM dengan menggunakan *purposive sampling* sebagai metode pemilihan sampel UMKM yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Sumber Data

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu (Abdullah, 2015). Data primer penelitian ini adalah data yang diberikan langsung oleh responden melalui kuisisioner.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuisisioner. Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan cara menyebar kuisisioner kepada responden untuk mengetahui hubungan antar variabel angket atau kuisisioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017). Setiap poin jawaban pada kuisisioner ditentukan skornya menggunakan skala likert. Data yang diperoleh dari kuisisioner atau angket berupa nilai skor. Untuk menentukan skor pilihan jawaban angket menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2014). Kriteria pemberian skor untuk alternatif jawaban untuk setiap item sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Agak Tidak Setuju
4. Agak Setuju
5. Setuju
6. Sangat Setuju

3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel

Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain, sedangkan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kompetensi kewirausahaan, sumber daya keuangan, penggunaan teknologi, berbagi pengetahuan, inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pemasaran, sedangkan variabel dependennya adalah keberhasilan UMKM. Definisi masing-masing variabel dijabarkan dalam tabel 3.1:

Tabel 3.1 Definisi Variabel

No.	Nama Variabel	Referensi
1.	Kompetensi kewirausahaan merupakan ilmu pengetahuan dan kemampuan, serta nilai-nilai, perilaku, kepribadian dan keahlian yang memfokuskan kepada perilaku kewirausahaan	(Kefela, 2012)

No.	Nama Variabel	Referensi
2.	Sumber daya keuangan merupakan aset yang dimanfaatkan sebagai penyelesaian suatu pekerjaan, dan dalam setiap perusahaan harus memilikinya karena <i>financial resources</i> merupakan sumber daya yang nyata	(Stacey, 2011)
3.	Teknologi merupakan fungsi penting sebagai penunjang kebutuhan secara informatif dalam berbagai bisnis, juga adanya teknologi menunjang para pelaku usaha untuk berinovasi	(Silvi Purnia et al., 2020)
4.	Berbagi pengetahuan merupakan tindakan pengambilan keputusan karyawan yang dilihat dapat memberikan manfaat, juga selain kepada pihak ketiga, dan dalam menjaga pengetahuan untuk karyawan itu sendiri	(Gerpott et al., 2020)
5.	Inovasi produk merupakan pengidentifikasian produk yang baru, atau peningkatan sebuah produk atau produk tersebut mengalami pembaharuan yang secara signifikan searah dengan karakteristik, kemampuan, pemanfaatan, serta bagian-bagiannya yang meliputi reparasi dalam spesifikasi teknis	(OECD, 2005)

No.	Nama Variabel	Referensi
	bahan baku, atau hal-hal fungsioanl yang terdapat dalam produk perusahaan.	
6.	Inovasi proses mengarah kepada pembaruan terhadap proses produksi, mekanisme pendistribusian, serta aktivitas pendukung yang mencakup pembaruan secara signifikan dalam mekanisme dan alat-alat yang juga membawa perbaikan secara signifikan pada peralatan termasuk teknologi, dan <i>software</i> bisnis mekanisme produksi atau pendistribusian.	(OECD, 2005)
7.	Inovasi pemasaran didefinisikan sebagai penerapan mekanisme pemasaran baru, yang mengikut-sertakan perubahan secara signifikan dalam desain atau kemasan produk, serta promosi produk dan harganya.	(Ayinaddis, 2023)
8.	Keberhasilan UMKM merupakan tentang suatu perusahaan yang berhasil mencapai tujuan dan sarannya.	(Mpareke Ngwangwama et al., 2013)

3.4 Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur kedelapan variabel yaitu menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur perilaku, pendapat, dan persepsi individu atau suatu kelompok mengenai peristiwa sosial (Sugiyono, 2018). Skala likert dapat didefinisikan sebagai skala bertingkat yang merupakan alat untuk mengukur item pernyataan dan mengukur setuju atau tidaknya terhadap pernyataan yang berada dalam kuesioner.

Skala likert yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. STS :Sangat Tidak Setuju
- b. TS : Tidak Setuju
- c. ATS : Agak Tidak Setuju
- d. AS : Agak Setuju
- e. S : Setuju
- f. SS : Sangat Setuju

Tabel 3.2 merupakan item pernyataan yang terdapat pada kuesioner:

Tabel 3.2 Item-item Pertanyaan Kuesioner

No.	Kompetensi Kewirausahaan
KK1	Saya memiliki tujuan yang jelas dalam menjalankan bisnis ini
KK2	Saya merupakan pribadi yang kompetitif dan berani mengambil resiko

KK3	Saya memiliki motivasi dan kepercayaan diri dalam menjalankan bisnis saya dengan baik	(Mohamad Radzi et al., 2017)
KK4	Saya merupakan pribadi yang proaktif dan suka berinovasi	
KK5	Saya dapat mengambil keputusan bisnis yang baik	
Sumber Daya Keuangan		
SDK1	Bisnis saya memiliki keuangan dan_kas yang memadai	(Mohamad Radzi et al., 2017)
SDK2	Kami memiliki sistem akuntansi yang baik untuk mengelola bisnis kami	
SDK3	Kami dapat melacak laporan keuangan seperti penjualan, pembelian, laba, dan rugi	
Penggunaan Teknologi		
PT1	Perusahaan kami_menggunakan aplikasi_e-commerce untuk meningkatkan penjualan	(Mohamad Radzi et al., 2017)
PT2	Informasi bisnis kami dapat diakses melalui internet oleh pelanggan dan_pemasok	
PT3	Kami menggunakan internet untuk mempelajari tren pasar	
Berbagi Pengetahuan		
BP1	Kami memiliki karyawan-karyawan yang senang berbagi pengetahuan satu sama lain	

BP2	Karyawan kami senang berbagi keahlian yang diperoleh dari pelatihan atau kegiatan sejenis	(Mohamad Radzi et al., 2017)
BP3	Karyawan kami senang berbagi pengetahuan Bisnis yang diperoleh dari kegiatan informal	
BP4	Karyawan kami senang berbagi pengetahuan bisnis yang diperoleh dari pelanggan dan pemasok	
Inovasi Produk		
IPk1	Kami terus berupaya mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan	(Ayinaddis, 2023)
IPk2	Kami memiliki produk yang inovatif dan laku terjual	
IPk3	Kami setidaknya memiliki satu produk yang sangat laku dipasaran	
IPk4	Perusahaan kami setidaknya memiliki satu hak paten atas produk yang kami produksi	
IPk5	Kami memiliki peralatan dengan teknologi mutakhir dalam memproduksi produk-produk kami	
Inovasi Proses		
IPs1	Kami aktif dalam bertukar pikiran tentang bagaimana agar bisnis yang kami jalani dapat berkembang	
IPs2	Kami kreatif dalam mengeksplorasi bisnis yang sedang dijalani	

IPs3	Ada perubahan metode dalam bisnis kami dari beberapa tahun terakhir	(Ayinaddis, 2023)
IPs4	Kami dapat menekan biaya dalam proses produksi dengan mengurangi biaya yang tidak perlu, sehingga ada <u>penghematan</u> .	
Inovasi Pemasaran		
IPn1	Kami memiliki kemasan yang menarik dari produk yang kami jual	(Ayinaddis, 2023)
IPn2	Kami selalu berinovasi dalam memasarkan produk kami	
IPn3	Cara promosi bisnis kami yang digunakan sebelumnya berbeda dengan yang ada saat ini	
IPn4	Kami telah meluncurkan sistem pembayaran online dalam bisnis kami	
Keberhasilan UMKM		
KU1	Saya senang dengan bisnis yang sedang saya jalani saat ini	(Ayinaddis, 2023)
KU2	Saya puas dengan pertumbuhan laba bisnis sampai saat ini	
KU3	Saya menganggap bisnis saya sudah cukup sukses	
KU4	Saya menganggap bisnis saya sudah cukup berkembang	
KU5	Bisnis saya akan terus berkembang dimasa depan	

KU6	Kinerja perusahaan semakin berkembang dari tahun ke tahun	
-----	---	--

3.5 Analisis Data

Analisis data merupakan serangkaian proses untuk mengidentifikasi dan menyusun secara sistematis data yang didapat dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengelola data ke dalam kategori, menguraikannya ke dalam sub-sub, melakukan analisis, menyusun ke dalam pola, memilah data yang penting serta yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh penulis maupun orang lain (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul (Sugiyono, 2016). Kegiatan dalam analisis data adalah menggabungkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah disajikan.

3.5.1 Analisis deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengelompokkan data-data berdasarkan dengan fakta kemudian data-data tersebut disusun, diolah serta dianalisis untuk memberikan gambaran tentang masalah yang terjadi. Pada analisis ini, data ditampilkan dalam bentuk tabel frekuensi, grafik, diagram batang, diagram garis, diagram

lingkaran, ukuran pemusatan data, ukuran penyebaran data dan sebagainya (Sugiyono, 2016).

3.5.2 *Parsial Least Square (PLS)*

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kuantitatif yang mengadopsi *Partial Least Square (PLS)*. PLS adalah metode yang digunakan dalam menganalisis yang *powerfull* karena tidak berdasarkan atas banyak asumsi, (Abdullah, 2015). Keunggulan metode PLS ini adalah data tidak harus berdistribusi normal multivariat, ukuran sampel tidak harus besar, dan PLS tidak hanya digunakan untuk mengkonfirmasi teori, namun dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel tersirat. Dalam penelitian ini analisis data diukur menggunakan software SmartPLS (*Partial Least Square*) mulai dari pengujian hipotesis.

3.5.3 *Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)*

Outer Outer relation atau *model measurement model* merupakan cara dalam setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Blok dengan indikator refleksif dapat ditulis persamaannya sebagai berikut:

$$x = \Lambda_x \xi + \varepsilon_x$$

$$y = \Lambda_y \eta + \varepsilon_y$$

Dimana x dan y adalah sebagai indikator variabel untuk variabel laten eksogen dan endogen, serta *matrix loading* yang menggambarkan koefisien regresi sederhana yang menghubungkan koefisien regresi sederhana yang menghubungkan variabel laten dengan indikatornya. Residual yang diukur dengan dengan dan dapat diinterpretasikan sebagai kesalahan pengukuran.

Model pengukuran (*outer model*) digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrument penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur (Abdillah & Hartono, 2015). Sedangkan uji reliabilitas digunakan sebagai pengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pernyataan dalam kuesioner. Penjelasan lebih lanjut model pengukuran (*outer model*) dengan uji *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, dan *Composit Reliability* adalah sebagai berikut:

a. *Convergent validity*

Convergent validity dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator dengan skor skor variabelnya. Indikator dianggap valid jika memiliki nilai AVE diatas 0,5 atau memperlihatkan seluruh *outer loading* dimensi variabel memiliki nilai *loading* > 0,5 (Abdullah, 2015). Rumus AVE (*average varians extracted*) yang dirumuskan sebagai berikut:

$$AVE = \frac{\sum_{i=1}^n \lambda_i^2}{n}$$

Keterangan:

AVE adalah rata-rata presentase skor varian yang diektrasi dari seperangkat variabel laten yang diestimasi melalui loading standardlize indikatornya dalam proses iterasi algoritma dalam PLS. λ melambangkan *standardlize loading faktor* dan i adalah jumlah indikator.

Penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran, nilai *loading faktor* 0,5-0,6 masih dianggap cukup (Dianne & Norris, 2012). Validitas *convergent* memiliki hubungan dengan prinsip bahwa *manifest variabel* konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi (Ghozali & Latan, 2014).

b. *Discriminant Validity*

Pengukuran pada tahap ini dapat dilihat menurut nilai *Fornell-Larcker Criterion* dan *cross loading* dalam mengukur variabel dalam indikator reflektif. Nilai *cross loading* harus > 0.70 (Ghozali & Latan, 2014). Pengukuran ini memiliki tujuan untuk memberi konfirmasi bahwa ada perbedaan antara model laten dan variabel lainnya (Ghozali & Latan, 2014).

c. *Composit Reliability*

Mengukur reabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composit Reliability*. Namun menggunakan *Cronbach's Alpha* untuk menguji reabilitas konstruk akan memberikan nilai yang lebih rendah (*under estimate*), sehingga lebih disarankan untuk menggunakan *Composit Reliability*. Uji reabilitas dapat dilihat dari nilai *composite reliability*. *Composite reliability* adalah nilai batas yang diterima untuk tingkat reabiliti komposisi (PC) adalah $> 0,70$ (Abdullah, 2015). Dengan menggunakan output yang dihasilkan SmartPLS maka *composite reliability* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$pc = \frac{(\Sigma\lambda)^2}{(\Sigma\lambda_i)^2 + \lambda_i \text{var}(\varepsilon_i)}$$

Keterangan:

$\lambda_i = \text{loading faktor}$

$$\text{var}(\varepsilon_i) = \tilde{1} - \lambda_i^2$$

3.5.4 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi model struktural merupakan penjelasan yang berisi tentang pengaruh antara variabel laten pada sebuah model dibuat sesuai pada isi penelitian. Berikut pengukuran yang harus dilakukan dalam model struktural, yaitu:

a. *R-Square* (R^2)

Dalam menilai struktural dimulai dengan melihat nilai *R-squares* untuk setiap nilai variabel endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Berubahnya nilai *R-squares* (R^2) digunakan untuk menjabarkan tentang pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen, apakah memiliki pengaruh yang substantif. Nilai *R-squares* 0.75, 0.50 dan 0,25 dapat dinyatakan bahwa model kuat, moderat dan lemah (Ghozali & Latan, 2014). Hasil dari PLS *R-squares* merepresentasikan jumlah *variance* dari konstruk yang dijelaskan oleh model (Ghozali & Latan, 2014). Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dan model penelitian yang diajukan.

b. Uji Hipotesis (*Bootstraping*)

Tujuan melakukan uji hipotesis adalah untuk mengidentifikasi pengaruh signifikan antara konstruk penelitian. Pengujian hipotesis menggunakan nilai-nilai dalam t-tabel dengan t-statistik yang dihasilkan dari prosedur *bootstrapping* pada *software smartPLS*. Karena pengujian hipotesis dapat terbukti dengan melihat nilai t- statistik lebih besar dari nilai t-tabel, kesimpulan hasil tersebut terbukti memiliki hubungan signifikan antara variabel penelitian. Dalam pengujian hipotesis, jika nilai t-statistik $> 1,96$ maka disimpulkan hasil tersebut signifikan, namun nilai t-statistik $< 1,96$ disimpulkan pengujian tersebut tidak signifikan (Ghozali & Latan, 2014).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengumpulan Data

Objek penelitian ini adalah UMKM yang mengoperasikan usahanya di Daerah Istimewa Yogyakarta, baik bidang dagang, jasa, maupun manufaktur. Jumlah sampel yang dipakai adalah 200 kuesioner yang diambil melalui *purposive sampling*. Untuk melakukan analisis data serta pengujian hipotesis, sampel yang sudah didapatkan perlu diolah agar dapat digunakan. Terdapat 200 kuesioner yang disebar, 100% terisi lengkap, sehingga 200 kuesioner tersebut layak untuk dianalisis.

4.2 Analisis Deskriptif

Klasifikasi responden bertujuan untuk mengetahui latar belakang responden. Klasifikasi responden dalam penelitian ini adalah berdasarkan jenis kelamin, kelompok usia pemilik atau manajer, omset usaha pertahun, jenis UMKM, lokasi usaha, jenis pemasaran, serta umur usaha tersebut. Adapun data yang didapatkan yaitu pada tabel 4.1:

Tabel 4.1 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	114	57%
Perempuan	86	43%
Jumlah	200	100%

Pada tabel 4.1 menunjukkan dari 200 responden yang menjadi subjek penelitian, jumlah laki-laki lebih banyak daripada responden perempuan. Responden laki-laki berjumlah 114 orang atau 57%, sedangkan responden perempuan berjumlah 86 orang atau 43%.

**Tabel 4.2 Klasifikasi Responden berdasarkan Kelompok Usia
Pemilik/Manajer**

Usia	Jumlah	Persentase
Kurang dari 20 tahun	2	1%
20 tahun	0	0
21-25 tahun	59	29,5%
26-30 tahun	56	28%
31-35 tahun	47	23,5%
36-40 tahun	9	4,5%
41-45 tahun	9	4,5%
46-50 tahun	3	1,5%
Lebih dari 50 tahun	15	7,5%
Jumlah	200	100%

Pada tabel 4.3 menjelaskan bahwa mayoritas responden UMKM di DIY berusia 21-25 tahun yang berjumlah 59 responden atau 29,5%. Kemudian mayoritas kedua yaitu usia 26-30 tahun yang berjumlah 56 responden atau 28%. Dan usia responden yang merupakan minoritas yaitu kelompok usia 46-50 tahun yang berjumlah 3 responden atau 1,5%.

Tabel 4.3 Klasifikasi Responden berdasarkan Omset Usaha per Tahun

Omset per Tahun	Jumlah	Persentase
Kurang dari 25 juta	8	4%
25 juta – 50 juta	7	3,5%
51 juta – 75 juta	9	4,5%
76 juta – 100 juta	13	6,5%
100 juta – 200 juta	34	17%
200 juta – 500 juta	33	16,5%
500 juta – 1 milyar	31	15,5%
1 milyar – 2,5 milyar	39	19,5%
2,5 milyar – 7,5 milyar	26	13%
7,5 milyar – 15 milyar	0	0%
15 milyar – 30 milyar	0	0%
30 milyar – 50 milyar	0	0%
Jumlah	200	100%

Pada tabel 4.3 menjelaskan bahwa responden UMKM di DIY mayoritas berpenghasilan setiap tahunnya sebesar 1milyar – 2,5 milyar.

Tabel 4.4 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Usaha

Jenis UMKM	Jumlah	Persentase
Dagang	157	84%
Manufaktur	0	0%
Jasa	33	16%

Jumlah	200	100%
--------	-----	------

Pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa jenis dagang merupakan mayoritas yang dipilih oleh pelaku UMKM di DIY, yaitu berjumlah 157 responden dengan persentase 84%. Dalam klasifikasi tersebut, menunjukkan bahwa tidak ada jenis manufaktur dalam responden penelitian ini.

Tabel 4.5 Klasifikasi Responden berdasarkan Lokasi Usaha

Lokasi Usaha	Jumlah	Persentase
Kota Yogyakarta	50	25%
Sleman	142	71%
Bantul	5	2,5%
Kulonprogo	1	0,5%
Gunung Kidul	2	1%
Jumlah	200	100%

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi responden penelitian ini adalah UMKM di Kabupaten Sleman yang berjumlah 142 responden dengan jumlah persentase 71%, dan di Kota Yogyakarta yang berjumlah 50 responden atau 25%.

Tabel 4.6 Klasifikasi Responden berdasarkan Umur Usaha

Umur Usaha	Jumlah	Persentase
2 bulan	1	0,5%
4 bulan	1	0,5%

Umur Usaha	Jumlah	Persentase
6 bulan	1	0,5%
1 tahun	25	12,5%
1 tahun 4 bulan	1	0,5%
1,5 tahun	1	0,5%
2 tahun	34	17%
3 tahun	25	12,5%
4 tahun	18	9%
5 tahun	31	15,5%
6 tahun	6	3%
7 tahun	8	4%
8 tahun	4	2%
9 tahun	6	3%
10 tahun	11	5,5%
11 tahun	1	0,5%
12 tahun	1	0,5%
13 tahun	1	0,5%
15 tahun	5	2,5%
16 tahun	1	0,5%
18 tahun	1	0,5%
19 tahun	1	0,5%
20 tahun	6	3%

Umur Usaha	Jumlah	Persentase
22 tahun	1	0,5%
23 tahun	1	0,5%
25 tahun	5	2,5%
30 tahun	3	1,5%
Jumlah	200	100%

Berdasarkan tabel 4.6, menyatakan bahwa usia mayoritas responden UMKM di DIY adalah 2 tahun, sebanyak 34 responden dengan persentase 17%.

4.3 Evaluasi Model

Evaluasi dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan *software* SmartPLS versi 3.0. Evaluasi ini akan menggambarkan hubungan variabel atau konstruk dengan indikator atau yang disebut sebagai *Outer Model*, dan hubungan antar variabel yang disebut dengan *Inner Model*.

4.3.1. Evaluasi Outer Model

Outer Model digunakan untuk evaluasi antar indikator dalam suatu variabel yang bertujuan agar variabel indikator dapat berkorelasi tinggi dengan konsep yang berbeda antara indikator satu dengan lainnya jika dibandingkan indikator lain dalam variabel yang berbeda, serta agar reliabilitas dan validitas indikator dalam suatu variabel dapat terjamin memberikan mutu, dan menghindarkan bias dalam pengambilan kesimpulan pengujian.

Uji validitas dengan *outer model* sebagai bagian pertama dalam proses evaluasi model dapat dilakukan dengan dua sifat model, yaitu konvergen dan diskriminan (Hartono, 2015). Untuk mengetahui validitas konvergen dapat dilihat melalui parameter *loading factor*, sedangkan dalam mengetahui validitas diskriminan dilihat melalui nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability*.

4.3.1.1 *Convergent Validity*

Merupakan model pengukuran dengan item yang memiliki nilai berdasarkan korelasi antara skor item dan nilai konstruk. Seperti yang dijelaskan diatas bahwa validitas konvergen diukur dengan *indicator reliability (outer loadings)* atau *loading factor*.

Berdasarkan *loading factor*, indikator dapat dikatakan valid dan reliable bila nilai yang terkandung dalam *loading factor* lebih dari 0,7. Jika nilai *loading factor* melebihi angka tersebut, maka indikator tersebut dapat digunakan dalam penelitian. Meskipun demikian, nilai Standardized loading factor diatas 0,5 dapat diterima (Chin et al., 2003). Nilai *loading factor* yang semakin tinggi akan merefleksikan tingginya peranan indikator terhadap suatu variabel (Abdillah & Hartono, 2015). Nilai *loading factor* untuk masing-masing indikator dalam penelitian yang penulis angkat terlihat dalam tabel 4.7:

Tabel 4.7 Nilai *Loading Factor* Variabel Penelitian.

Variabel	Indikator	<i>Loading Factor</i>
	KK1	0,867

Variabel	Indikator	Loading Factor
Kompetensi Kewirausahaan (KK)	KK2	0,879
	KK3	0,914
	KK4	0,893
	KK5	0,927
Sumber Daya Keuangan (SDK)	SDK1	0,831
	SDK2	0,761
	SDK3	0,834
Penggunaan Teknologi (PT)	PT1	0,445
	PT2	0,879
	PT3	0,820
Berbagi Pengetahuan (BP)	BP1	0,870
	BP2	0,170
	BP3	0,879
	BP4	0,707
Inovasi Produk (IPk)	IPk1	0,857
	IPk2	0,862
	IPk3	0,837
	IPk4	0,553
Inovasi Proses (IPs)	IPs1	0,849
	IPs2	0,831
	IPs3	0,699

Variabel	Indikator	Loading Factor
	IPs4	0,755
Inovasi Pemasaran (IPn)	IPn1	0,509
	IPn2	0,869
	IPn3	0,723
	IPn4	0,516

Pada variabel Kompetensi Kewirausahaan (KK), diketahui bahwa indikator variabel seluruhnya reflektif terhadap variabel atau konstruk dengan angka *loading factor* tertinggi diangka 0,927 dan terendah diangka 0,867. Terlihat melalui hasil angka pada tabel diatas bahwa seluruh indikator berada diatas 0,5 sehingga indikator-indikator tersebut dalam variabel Kompetensi Kewirausahaan (KK) telah memenuhi *convergent validity*.

Sementara itu, pada variabel Sumber Daya Keuangan (SDK), terlihat bahwa *loading factor* juga berada secara keseluruhan diatas 0,5 yaitu tertinggi 0,834 dan terendah di angka 0,761. Sehingga tidak ada yang perlu disesuaikan untuk memastikan keberhasilan penelitian.

Kemudian, berbeda dengan variabel yang telah dijelaskan sebelumnya, maka pada variabel Penggunaan Teknologi (PT), penulis harus melakukan penyesuaian dengan menghilangkan indikator yang tidak reflektif terhadap konstruk atau variabel penggunaan teknologi, indikator yang dihilangkan tersebut, merupakan indikator PT1 dengan

nilai angka 0,445 yang tidak memenuhi ambang batas nilai bagi keberhasilan suatu penelitian yaitu 0,5.

Hal yang sama dengan variabel Penggunaan Teknologi (PT), pada variabel Berbagi Pengetahuan (BP) juga terdapat satu indikator yang perlu dihilangkan agar indikator tersebut menjadi valid dan *reliable*, yaitu pada indikator BP2 yang memiliki angka pada *loading factor* sebesar 0,170 atau dapat dikatakan jauh dari 0,5 sebagai batas untuk suatu indikator dapat dikatakan valid dan *reliable* pada suatu penelitian.

Sama seperti yang terjadi pada indikator PT dan BP, pada indikator dari variabel Inovasi Produk (IPk) juga terdapat satu indikator yaitu IPk4 yang perlu dihapus karena memiliki nilai *loading factor* hanya 0,553. Penulis memberikan toleransi atas angka diatas 0,5 sebagai batas bawah suatu indikator dianggap valid atau memiliki reliabilitas yang baik.

Berbeda seperti pada 3 indikator sebelumnya, pada variabel Inovasi Proses (IPs) tidak ada yang perlu disesuaikan penulis untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya, karena nilai dari *loading factor* berada di kisaran terendah 0,699 dan tertinggi 0,849 sehingga pada indikator ini sudah mampu mencerminkan indikator yang baik dalam menunjang suatu penelitian, khususnya yang penulis lakukan.

Terakhir, pada indikator Inovasi Pemasaran (IPn) perlu dilakukan penghapusan demi menjaga validitas dan reliabilitas indikator

variabel ini, karena terdapat 2 indikator yang berada dibawah angka *loading factor* 0,5 yaitu pada indikator IPn1 yang hanya memiliki angka 0,509 dan IPn4 0,516.

Setelah melalui tahap penyaringan indikator yang memenuhi *convergent validity*, maka penulis dalam proses penelitian selanjutnya hanya akan melanjutkan indikator yang reflektif, dan menghilangkan atau menghapus indikator yang tidak reflektif. Dengan menghilangkan indikator yang tidak reflektif, maka semua indikator pada variabel terkait dalam penelitian akan memenuhi *convergent validity*. Hasil indikator pada variabel yang memenuhi *convergent validity* dapat dilihat pada tabel 4.8:

Tabel 4.8 Nilai *Loading Factor* Variabel Penelitian yang memenuhi *Convergent Validity*

Variabel	Indikator	<i>Loading Factor</i>
Kompetensi Kewirausahaan (KK)	KK1	0,867
	KK2	0,879
	KK3	0,914
	KK4	0,893
	KK5	0,927
Sumber Daya Keuangan (SDK)	SDK1	0,831
	SDK2	0,761
	SDK3	0,834

Variabel	Indikator	Loading Factor
Penggunaan Teknologi (PT)	PT2	0,876
	PT3	0,827
Berbagi Pengetahuan (BP)	BP1	0,872
	BP3	0,883
	BP4	0,702
Inovasi Produk (IPk)	IPk1	0,893
	IPk2	0,896
	IPk3	0,860
Inovasi Proses (IPs)	IPs1	0,849
	IPs2	0,831
	IPs3	0,700
	IPs4	0,755
Inovasi Pemasaran (IPn)	IPn2	0,868
	IPn3	0,724
	IPn4	0,530

4.3.1.2 *Discriminant Validity*

Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*) secara umum dapat dinyatakan sebagai ukuran validitas yang menyatakan prinsip bahwa pengukuran konstruk atau variabel yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi (Abdillah & Hartono, 2015). Uji *Discriminant Validity* dapat diketahui dari hasil pengukuran *Cross Loading* antar

variabel atau konstruk melalui alat bantu SmartPLS yang menyatakan bahwa nilai *Cross Loading* dari indikator terhadap variabel laten wajib untuk memiliki angka yang lebih besar dibandingkan dari indikator di variabel lain. Tabel 4.9 *Cross Loading* dibawah menunjukkan hasil yang didapat, dan menyatakan bahwa setiap indikator variabel tidak berkorelasi tinggi jika dibandingkan variabel yang berbeda, artinya indikator-indikator pada variabel yang satu dan lainnya telah berbeda dan memenuhi *Discriminant Validity*.

Tabel 4.9 *Cross Loading*

	BP	IPK	IPn	IPs	KK	KU	PT	SDK
BP1	0,872	0,174	0,350	0,509	0,538	0,458	0,421	0,414
BP3	0,883	0,161	0,433	0,442	0,433	0,523	0,300	0,427
BP4	0,702	0,222	0,371	0,413	0,314	0,319	0,528	0,351
IPk1	0,256	0,893	0,253	0,240	0,264	0,190	0,274	0,190
IPk2	0,218	0,896	0,290	0,288	0,250	0,218	0,288	0,195
IPk3	0,163	0,860	0,263	0,215	0,271	0,176	0,220	0,141
IPk4	0,022	0,512	0,192	0,037	-0,017	0,148	0,109	0,219
IPn2	0,451	0,326	0,868	0,480	0,395	0,511	0,402	0,411
IPn3	0,221	0,181	0,724	0,346	0,266	0,350	0,371	0,296
IPn4	0,312	0,121	0,530	0,322	0,234	0,249	0,334	0,196
IPs1	0,478	0,216	0,344	0,849	0,564	0,467	0,332	0,356
IPs2	0,496	0,233	0,490	0,831	0,552	0,483	0,333	0,416
IPs3	0,317	0,132	0,482	0,700	0,339	0,379	0,453	0,320

	BP	IPK	IPn	IPs	KK	KU	PT	SDK
IPs4	0,417	0,221	0,383	0,755	0,460	0,321	0,381	0,240
KK1	0,461	0,246	0,400	0,542	0,867	0,516	0,351	0,408
KK2	0,545	0,229	0,385	0,563	0,879	0,477	0,441	0,459
KK3	0,445	0,241	0,356	0,531	0,914	0,607	0,384	0,445
KK4	0,454	0,198	0,383	0,564	0,893	0,557	0,430	0,533
KK5	0,478	0,221	0,390	0,575	0,927	0,563	0,371	0,514
KU1	0,458	0,257	0,458	0,541	0,579	0,702	0,226	0,392
KU2	0,424	0,255	0,461	0,439	0,542	0,860	0,302	0,495
KU3	0,446	0,110	0,439	0,355	0,445	0,788	0,261	0,536
KU4	0,359	0,048	0,413	0,299	0,218	0,753	0,153	0,421
KU5	0,444	0,244	0,396	0,474	0,624	0,805	0,339	0,543
KU6	0,348	0,101	0,312	0,330	0,324	0,737	0,154	0,424
PT2	0,355	0,262	0,467	0,315	0,354	0,291	0,876	0,373
PT3	0,469	0,226	0,388	0,497	0,400	0,250	0,827	0,314
SDK1	0,513	0,262	0,411	0,494	0,613	0,636	0,364	0,831
SDK2	0,275	0,139	0,239	0,221	0,236	0,322	0,330	0,761
SDK3	0,307	0,111	0,364	0,244	0,300	0,418	0,280	0,834

4.3.1.3 Uji Reliabilitas (*Composite Reliability*)

Untuk mengukur reliabilitas yang menunjukkan akurasi, konsistensi, dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran, maka menggunakan uji reliabilitas. Uji Reliabilitas

dengan aplikasi SmartPLS menggunakan dua metode, yaitu dengan *cronbach's alpha* dan *composite reliability*.

Cronbach's alpha akan mengukur nilai batas bawah reliabilitas pada suatu konstruk, dan biasanya nilai dari *Cronbach's alpha* selalu dibawah *composite reliability* yang menunjukkan nilai sesungguhnya pada suatu konstruk. Biasanya penggunaan *composite reliability* akan lebih disarankan dan banyak digunakan secara tunggal, karena hasilnya akan lebih baik digunakan dalam penelitian (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

Pada tabel 4.10 dijelaskan mengenai hasil dari pengukuran dengan metode *Composite Reliability*:

Tabel 4.10 Konstruk Reabilitas dan Validitas

	<i>Composite Reliability</i>
KK	0,953
SDK	0,851
PT	0,772
BP	0,780
IPk	0,819
IPs	0,865
IPn	0,757
KU	0,900

Hasil-hasil tersebut diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel memenuhi *composite reliability* karena angka terendah berada pada variabel PT yaitu 0,772 dan angka tertinggi berada pada variabel KK 0,953, tidak ada satupun yang memiliki nilai *composite reliability* yang kurang dari batasnya yaitu 0,7.

4.3.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi ini digunakan untuk menunjukkan pengaruh variabel laten independent terhadap variabel laten dependen (Widarjono, 2015). Evaluasi *inner model* dilakukan dengan menggunakan koefisien determinasi *R-Square* untuk variabel independen dalam penelitian yang menunjukkan seberapa berpengaruhnya terhadap variabel dependen yang diangkat oleh penulis.

4.3.2.1 *R-Square*

R-Square digunakan untuk mengukur kekuatan prediksi dari model struktural. *R-Square* menjelaskan mengenai pengaruh variabel independent tertentu terhadap variabel dependen apakah memiliki pengaruh yang substantif. Semakin tinggi nilai *R-Square* maka semakin baik model prediksi penelitian yang diujikan. Nilai *R-Square* akan menunjukkan persentase variasi perubahan variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen, dimana sisa persentase lainnya menunjukkan pengaruh dari variabel lain diluar *R-Square*. Nilai *R-Square* jika lebih dari 0,26 maka sudah dapat dikatakan baik. *R-Square* dalam evaluasi *inner model* ini bukanlah parameter yang

absolut, parameter utama dalam menunjukkan pengaruh akan lebih matang terlihat dalam hubungan kausalitas yang terjadi (Abdillah & Hartono, 2015). Berikut tabel 4.11 yang menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel dependen mampu dijelaskan oleh variabel independen dalam penelitian yang dilakukan penulis :

Tabel 4.11 *R-Square*

Item	R-Square	R-Square Adjusted
Keberhasilan UMKM	0,564	0,549

Dari hasil *R-Square* pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai *R-Square* adalah 0,564. Nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel kompetensi kewirausahaan, sumber daya keuangan, penggunaan teknologi, berbagi pengetahuan, inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pemasaran memiliki pengaruh 56,4% terhadap variabel keberhasilan UMKM di Yogyakarta. Hal ini menunjukkan pengaruh dari variabel independen cukup reflektif tergambar dalam hasil variabel dependen yang diuji dengan analisa uji hipotesis pada bagian selanjutnya.

4.4 Uji Hipotesis

Menunjukkan nilai signifikansi antar nilai variabel, *t-statistic*, dan *p-values* yang berguna untuk mengetahui apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Dengan cara ini, estimasi pengukuran dan standar *error* dihitung berdasarkan pada observasi empiris. Hipotesis diterima jika nilai

signifikansi *t-statistic* lebih besar dari 1,96. H1 diterima dan Ho ditolak atau sebaliknya, jika *p-values* kurang dari 0,05. Pengaruh dan hubungan tersebut juga tergambarkan dari Original Sample (O) yang akan menunjukkan hubungan atau pengaruh dari suatu variabel tersebut apakah negatif atau positif terhadap Keberhasilan UMKM di Yogyakarta.

Melalui beberapa variabel independen yang diuji pengaruhnya terhadap variabel dependen, penulis membuat beberapa hipotesis sebagai berikut yang akan menggambarkan kausalitas hubungan variabel diatas sebagai upaya untuk melihat faktor dan variabel apa saja dan bagaimana korelasinya terhadap Keberhasilan UMKM di Yogyakarta. Hipotesis yang dibangun tersebut adalah sebagai berikut :

1. Ho : Kompetensi kewirausahaan tidak memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY
H1 : Kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY
2. Ho : Sumber daya keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY
H2 : Sumber daya keuangan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY
3. Ho : Penggunaan teknologi tidak memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY
H3 : Penggunaan teknologi memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY

4. Ho : Berbagi pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY
H4 : Berbagi pengetahuan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY
5. Ho : Inovasi produk tidak memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY
H5 : Inovasi produk memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY
6. Ho : Inovasi proses tidak memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY
H6 : Inovasi proses memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY
7. Ho : Inovasi pemasaran tidak memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY
H7 : Inovasi pemasaran memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY

4.4.1 Analisis Terhadap Uji Hipotesis

Melalui pengujian yang dilakukan menggunakan SmartPLS berikut merupakan rangkaian hasil dari Original Sample (O), T-Statistic, dan P-Value yang akan digunakan sebagai bahan olah untuk menentukan kesimpulan temuan dalam penelitian yang diangkat oleh

penulis. Hasil dari Uji Statistik tersebut antara lain tergambar dalam tabel 4.12.

Tabel 4.12 Hasil Uji Statistik (Hipotesis)

Item	Original Sample	Sample Mean	Standar Deviation	t-Statistic	P-Values
Kompetensi kewirausahaan → Keberhasilan UMKM	0,279	0,278	0,080	3,502	0,001
Sumber daya keuangan → Keberhasilan UMKM	0,306	0,299	0,086	3,539	0,000
Penggunaan teknologi → Keberhasilan UMKM	-0,172	-0,164	0,060	2,875	0,004
Berbagi pengetahuan	0,161	0,161	0,093	1,726	0,085

Item	Original Sample	Sample Mean	Standar Deviation	t-Statistic	P-Values
n → Keberhasilan UMKM					
Inovasi produk → Keberhasilan UMKM	0,004	0,011	0,043	0,086	0,931
Inovasi proses → Keberhasilan UMKM	0,087	0,087	0,077	1,129	0,259
Inovasi pemasaran → Keberhasilan UMKM	0,249	0,251	0,062	4,006	0,000

Berdasarkan tabel 4.12 penentuan hipotesis diterima atau ditolak, berpengaruh secara signifikan ataupun tidak, serta memiliki sifat hubungan positif ataupun negatif dijelaskan dalam tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hasil Uji t-Statistik P-value	Hasil Uji Original Sample
H1: Kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY	Gagal ditolak	Positif
H2: Sumber daya keuangan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY	Gagal ditolak	Positif
H3: Penggunaan teknologi memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY	Gagal ditolak	Negatif
H4: Berbagi pengetahuan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY	Ditolak	Positif
H5: Inovasi produk memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY	Ditolak	Positif

Hipotesis	Hasil Uji t-Statistik P-value	Hasil Uji Original Sample
H6: Inovasi proses memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY	Ditolak	Positif
H7: Inovasi pemasaran memiliki pengaruh terhadap Keberhasilan UMKM di DIY	Gagal ditolak	Positif

Variabel kompetensi kewirausahaan memiliki nilai t-statistik sebesar 3,502 lebih besar dari 1,96. Nilai *p-values* sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis satu (H1) yaitu kompetensi kewirausahaan gagal ditolak yang berarti bahwa variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY, dan sifat hubungannya adalah positif ditinjau dari nilai original sample-nya (O).

Variabel sumber daya keuangan memiliki nilai t-statistik sebesar 3,539 lebih besar dari 1,96. Nilai *p-values* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis dua (H2) yaitu sumber daya keuangan

gagal ditolak yang berarti bahwa variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY, dan sifat hubungannya adalah positif ditinjau dari nilai original sample-nya (O).

Variabel penggunaan teknologi memiliki nilai t-statistik sebesar 2,875 lebih besar dari 1,96. Nilai *p-values* sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis tiga (H3) yaitu penggunaan teknologi gagal ditolak yang berarti bahwa variabel tersebut berpengaruh positif secara signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY, dan sifat hubungannya adalah negatif ditinjau dari nilai original sample-nya (O).

Variabel berbagi pengetahuan memiliki nilai t-statistik sebesar 1,726 lebih kecil dari 1,96. Nilai *p-values* sebesar 0,085 lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis empat (H4) yaitu berbagi pengetahuan berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM di DIY ditolak, atau sama dengan variabel berbagi pengetahuan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY.

Variabel inovasi produk memiliki nilai t-statistik sebesar 0,086 lebih kecil dari 1,96. Nilai *p-values* sebesar 0,931 lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis lima (H5) yaitu inovasi produk berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM di DIY ditolak, atau sama dengan variabel inovasi produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY.

Variabel inovasi proses memiliki nilai t-statistik sebesar 1,129 lebih kecil dari 1,96. Nilai *p-values* sebesar 0,259 lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis enam (H6) yaitu inovasi proses berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM di DIY ditolak, atau sama dengan variabel inovasi proses tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY.

Variabel inovasi pemasaran memiliki nilai t-statistik sebesar 4,006 lebih besar dari 1,96. Nilai *p-values* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis tujuh (H7) yaitu inovasi pemasaran gagal ditolak yang berarti bahwa variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY, dan sifat hubungannya adalah positif ditinjau dari nilai original sample-nya (O).

4.5 Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan model persamaan dari SmartPLS diatas menunjukkan bahwa dari 7 hipotesis, terdapat 4 hipotesis yaitu Kompetensi Kewirausahaan, Sumber Daya Keuangan, Penggunaan Teknologi, dan Inovasi Pemasaran yang hipotesisnya gagal ditolak atau berarti berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY, dan 3 hipotesis lainnya ditolak karena tidak memiliki pengaruh signifikan, yaitu Berbagai Pengetahuan, Inovasi Proses, dan Inovasi Produk.

4.5.1 Kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY

Hasil pengujian statistik menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan variabel kompetensi kewirausahaan terhadap keberhasilan UMKM di DIY. Oleh karena itu, hipotesis satu yaitu kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY gagal ditolak atau terbukti kebenarannya.

Ditinjau dari hasil penelitian yang penulis lakukan, UMKM di DIY secara langsung maupun tidak langsung wajib untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan melalui pengikutsertaan karyawan-karyawan tertentu dalam pelatihan workshop, atau seminar dibidangnya masing-masing, kemudian adanya pendampingan dalam peningkatan mutu kinerja karyawan melalui *review* dan *feedback*, serta *follow up* atas hasil kinerja selama beberapa periode, serta membangun budaya perusahaan sebagai tempat bertumbuh, maka hal-hal tersebut secara tidak langsung dapat membuat intelektualitas, integritas, serta yang paling inti adalah loyalitas secara kolektif pada setiap individu yang berpengaruh, pada akhirnya terhadap kinerja perusahaan. Artinya bahwa perusahaan tidak perlu takut jika karyawan memiliki pengetahuan yang lebih tinggi dari hari ke hari, namun justru perusahaan patut berbangga diri melalui penciptaan SDM yang unggul, maka hal tersebut relevan dengan keberhasilan bisnis, terutama UMKM di DIY.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian-penelitian terdahulu, kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan bisnis. Hal tersebut dapat terjadi karena jika sebuah bisnis

memiliki kompetensi yang baik, maka semakin dapat meraih serta mempertahankan keberhasilan dalam bisnisnya. Kompetensi kewirausahaan merupakan pengetahuan, perilaku, dan keterampilan yang saling terhubung satu sama lain, yang dibutuhkan pelaku usaha untuk selalu ditingkatkan dan dikembangkan agar dalam mengelola bisnisnya, dapat mewujudkan kinerja terbaik (Isa et al., 2011).

Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Mohamad Radzi et.al., (2017) dan Baharudin et al., (2020) yang menyatakan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keberhasilan bisnis.

4.5.2 Sumber daya keuangan berpengaruh positif secara signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY

Hasil pengujian statistik menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan variabel sumber daya keuangan terhadap keberhasilan UMKM di DIY. Oleh karena itu, hipotesis satu yaitu sumber daya keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY gagal ditolak atau terbukti kebenarannya.

Sumber daya keuangan merupakan aspek yang sangat penting, melalui keuangan yang memadai, UMKM ataupun bisnis dapat berkembang, dan melebarkan sayapnya, tentunya hal ini sinkron dan relevan dengan proses inovasi pengembangan bisnis yang dapat dilakukan jika memiliki sumber daya keuangan yang memadai tersebut. Selain itu, tidak hanya persoalan ketersediaan sumber keuangan, namun

juga harus disertai sistem informasi akuntansi sebagai media untuk melakukan pencatatan terhadap laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, maupun laporan arus kas. Beberapa laporan tersebut, jika dimiliki pada suatu entitas bisnis dapat dijadikan alat untuk analisis secara komprehensif untuk membantu pelaku usaha dalam membuat keputusan strategis. Keputusan-keputusan strategis tersebut jika tepat dilakukan karena adanya data yang mendukung secara historis, akan mampu membuat UMKM atau suatu bisnis berkembang dan merasakan keberhasilan kelak dikemudian hari

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian-penelitian terdahulu, sumber daya keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan bisnis. Hal tersebut dapat terjadi karena jika sebuah bisnis memiliki sumber daya keuangan yang baik, maka semakin dapat meraih serta mempertahankan keberhasilan dalam bisnisnya, dan tanpa adanya keuangan yang memadai, suatu bisnis sulit untuk mengembangkan bisnis yang sedang dijalani atau bahkan menghalangi proses produksi.

Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Andrew Huang et.al., (2010) dan Wahyudiati & Isroah, (2018) yang menyatakan bahwa sumber daya keuangan berpengaruh positif terhadap keberhasilan bisnis.

4.5.3 Penggunaan teknologi berpengaruh negatif secara signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY

Hasil dari pengujian statistik menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan variabel ini terhadap keberhasilan UMKM di DIY. Oleh karena itu, hipotesis tiga yaitu penggunaan teknologi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY gagal ditolak atau terbukti kebenarannya, namun sifat dari pengaruh signifikan tersebut adalah negatif yang berarti semakin tinggi tingkat penggunaan teknologi membuat kekhawatiran bagi keberhasilan suatu UMKM di DIY.

Penggunaan teknologi cukup memberikan warna tersendiri bagi jalannya roda bisnis yang semakin berkembang pesat. Disisi lain, dalam beberapa sektor, teknologi kerap dianggap sebagai *boomerang* karena dapat membuat citra yang dibangun dari suatu bisnis menjadi kurang dalam masyarakat, selain itu teknologi juga kerap dapat menjadi alat perang antar rekanan bisnis yang menganggap bisnis lain sebagai kompetitor. Salah satu sebab dalam penelitian ini menyatakan bahwa penggunaan teknologi memberikan pengaruh negatif secara signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY, sangat berhubungan dari mayoritas responden yang bergerak di bidang perdagangan dan jasa yang erat kaitannya memiliki *customer* yang dapat memberikan *review* berdasarkan selera dan referensi yang ingin dia sampaikan dengan sangat mudah. Selain itu, kadangkala *review* yang tersaji dari informasi bisnis yang terdapat di internet pun tidak hanya datang dari *customer* tersebut, namun juga dikhawatirkan dari pesaing dalam lini bisnis untuk

menjatuhkan bisnis lain. Selain *review*, sebagai salah satu informasi bisnis, internet juga kerap kali memberikan angin yang kurang baik, karena tidak mampu dibaca sebagai suatu peluang untuk melihat ke depan, namun justru menciptakan iklim *Fear of Missing Out* (FOMO) yang menyebabkan pebisnis mengeluarkan cukup banyak uang yang tak sebanding dengan *return* yang ingin ia dapatkan. Hal-hal diatas merupakan sedikit dari banyak alasan lain yang sebenarnya masih kerap menghantui bagi beberapa UMKM yang skala bisnisnya tidak cukup besar dan memiliki kejelian dalam membaca informasi beredar dalam internet, serta tidak cukup untuk menciptakan algoritma yang mengarahkan angin bisnis kepada bisnisnya. Sehingga alasan logis dari hasil ilmiah yang menyatakan bahwa penggunaan teknologi memberikan pengaruh negatif terhadap keberhasilan UMKM di DIY cukup dapat dimengerti, dan perlu untuk terus dilakukan pendampingan agar teknologi dapat dianggap sebagai alat yang handal dan membantu bisnis UMKM ke depannya.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian-penelitian terdahulu oleh Silvia et al., (2022) bahwa dengan adanya teknologi seperti *e-commerce* berpengaruh negatif secara signifikan terhadap kinerja UMKM, serta responden mayoritas memilih tidak setuju, dengan ketakutan akan risiko *review* yang tersaji dari informasi bisnis yang terdapat di internet pun tidak hanya datang dari *customer* tersebut,

namun juga dikhawatirkan dari pesaing dalam lini bisnis untuk menjatuhkan bisnis lain.

4.5.4 Berbagi pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY

Berdasarkan hasil statistik, variabel berbagi pengetahuan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY. Alasan dari keberadaan variabel ini tidak cukup memberikan pengaruh signifikan cukup dapat dipahami, pertama adalah dalam perusahaan dagang maupun jasa yang menjadi responden dalam penelitian ini bukanlah suatu bisnis yang menjual keahlian dan membutuhkan *skill* secara komprehensif untuk menciptakan *value* yang dapat di jual ke masyarakat. Kedua, manajer atau pemilik cenderung melihat pekerja atau karyawan selayaknya pekerja atau karyawan pada umumnya yang bekerja sesuai pada *job-desc*, dan ketika kewajiban selesai, maka hak yang mereka harapkan adalah gaji atau upah yang layak. Tentu sebuah kerugian bagi *worker* atau pekerja jika tidak mampu menggali keilmuan lebih ketika ia bekerja disuatu tempat, namun secara alami dan naluriah, hasil penelitian merujuk pada situasi bagaimana dapat dilihat secara umumnya.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu oleh Mohamad Radzi et.al., (2017) menyatakan bahwa berbagi pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap kesuksesan bisnis, hal ini dikarenakan rendahnya tingkat partisipasi karyawan di kalangan perusahaan kecil.

4.5.5 Inovasi produk tidak memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY

Berdasarkan dari hasil uji statistik, menunjukkan bahwa inovasi produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY. Hasil penelitian ini memiliki keterbalikan dengan penelitian Ayinaddis, (2023) yang tidak seperti layaknya perusahaan mapan dengan struktur dan skema yang dibuat untuk dapat terus memiliki daya saing bahkan di tingkat global, beberapa UMKM bahkan mayoritas cenderung puas dengan kondisi yang mereka alami saat ini, dan banyak dari UMKM terutama dalam penelitian ini di Provinsi DIY cenderung mempertahankan produk yang telah ada, serta telah merasa cukup dengan yang ada saat ini. Alasan yang cukup dapat dimengerti adalah, pelaku UMKM tidak memiliki jalan dan akses untuk dapat mengembangkan bisnisnya, dan kedua adalah pelaku UMKM sudah merasa dapat menghidupi kehidupannya dengan yang ada saat ini sehingga daripada mengambil risiko, mereka cenderung mempertahankan tanpa mengubah bentuk dan beragam formula lain yang telah ada saat ini. Sehingga ada atau tidaknya inovasi produk bagi UMKM di DIY tidak berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY, mereka tetap akan merasa dan memiliki pandangan perolehan keberhasilan tersebut.

4.5.6 Inovasi proses tidak memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY

Hasil dari uji statistik menunjukkan bahwa inovasi proses tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY. Hal ini relevan dengan hasil inovasi produk yang sebenarnya lahir dari suatu inovasi proses, keduanya ternyata menghasilkan hasil yang sama yaitu hipotesis ditolak atau tidak terbukti kebenarannya. Tidak adanya perubahan metode dan pola bisnis seperti yang telah dijelaskan pada hasil variabel inovasi produk diatas karena menghindari risiko, cenderung merasa sudah puas dan cukup, serta tidak memiliki akses yang memadai untuk bisa atau merasa perlu mengembangkan lebih jauh, membuat hasil penelitian ini relevan dengan alasan-alasan yang timbul diatas. Sehingga ada atau bahkan tidak adanya inovasi proses keberhasilan suatu UMKM di DIY dapat tercapai.

Hal ini berkebalikan dengan penelitian dari Ayinaddis, (2023) yang menyatakan bahwa inovasi proses berpengaruh signifikan karena memungkinkan perusahaan meningkatkan kinerja dengan menghilangkan pemborosan karena inovasi proses memungkinkan suatu bisnis mencapai efisiensi yang besar dalam memproduksi. Berpengaruh, sedangkan dalam penelitian penulis, responden UMKM di DIY menyatakan bahwa inovasi proses tidak berpengaruh secara signifikan karena siklus untuk inovasi proses tidaklah memiliki kontribusi apapun terhadap keberhasilan UMKM di DIY, anggapan bahwa bagaimanapun proses yang terjadi tidaklah lebih penting daripada hasil akhir yang didapatkan membuat UMKM di DIY tidak

menekankan untuk mengubah proses yang terjadi asalkan hasil yg didapatkan mampu memberi kepuasan kepada customer, dan profit yang dihasilkan pun tetap baik bahkan mampu lebih tinggi dari hari ke hari dengan atau tanpa inovasi proses tersebut. Secara esensi pada akhirnya, produk yg ada saat ini telah mampu ditangkap oleh pasar yang ada, dan kini secara masif hanya perlu untuk mengepakan sayap dengan proses inovasi dari sisi pemasaran yg relevan dengan pernyataan atau hipotesis pada variabel inovasi pemasaran.

4.5.7 Inovasi pemasaran memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY

Hasil dari uji statistik menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan variabel ini terhadap keberhasilan UMKM di DIY. Pada akhirnya seperti yang beberapa kali disinggung pada variabel sebelumnya, variabel pemasaran menjadi satu-satunya indikator inovasi yang berpengaruh dan dilakukan oleh pelaku UMKM dengan mengemas produk pada kemasan yang menarik, dan melakukan pemasaran dengan cara yang berbeda contohnya dengan adanya media *online* seperti melakukan promosi melalui *influencer*, atau melalui aplikasi seperti Instagram, TikTok, dan lain sebagainya. Inovasi pemasaran mampu menggaet pasar yang lebih luas dan pada akhirnya semakin luas pasar yang dimiliki dan dapat menikmati produk dari UMKM tersebut maka semakin tinggi pula hasil yang didapat, dan keberhasilan bisa dicapai dengan baik.

Inovasi pemasaran merupakan aspek yang cukup penting, melalui pemasaran yang semakin inovatif, UMKM ataupun bisnis dapat lebih dikenal di dalam pangsa pasar, sehingga memungkinkan pendapatan bisnis tersebut akan menjadi lebih besar, tentunya hal ini sinkron dan relevan. Suatu bisnis harus selalu meningkatkan inovasi pemasaran tersebut, dengan cara seperti melakukan *discount*, promosi melalui media-media yang sedang menjadi *trend* dimasyarakat seperti Instagram agar produk perusahaan dapat lebih dikenal, dan lebih mudah menggaet *customer*. Keputusan-keputusan strategis tersebut jika tepat dilakukan karena adanya data yang mendukung secara historis, akan mampu membuat UMKM atau suatu bisnis berkembang dan merasakan keberhasilan kelak dikemudian hari

Hal ini sejalan dengan penelitian Ayinaddis, (2023) yang menyatakan bahwa inovasi pemasaran memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kesuksesan bisnis, karena dengan adanya inovasi tersebut akan menghasilkan kinerja yang lebih tinggi.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis tentang pengaruh kompetensi kewirausahaan, sumber daya keuangan, penggunaan teknologi, berbagi pengetahuan, inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pemasaran terhadap keberhasilan UMKM di DIY yang memiliki kesimpulan sebagai berikut:

1. Kompetensi kewirausahaan terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY, sehingga, pelaku UMKM harus selalu meningkatkan kompetensi tersebut melalui berbagai macam pelatihan, agar dapat mempertahankan sekaligus meningkatkan keberhasilan usahanya.
2. Sumber daya keuangan terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY, sehingga pelaku UMKM harus menjaga ketersediaannya dengan baik, serta mempunyai sistem informasi akuntansi sebagai media untuk melakukan pencatatan terhadap laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, maupun laporan arus kas.
3. Penggunaan teknologi terbukti memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY, yang memiliki sebab mayoritas responden yang bergerak di bidang perdagangan dan jasa yang erat kaitannya memiliki *customer* yang dapat memberikan *review* berdasarkan selera dan referensi yang ingin dia sampaikan dengan sangat mudah, serta

tidak sedikit pesaing bisnis yang memberikan *review* kepada bisnis tersebut untuk menjatuhkan pesaingnya.

4. Berbagi pengetahuan terbukti tidak memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY, karena responden dalam penelitian ini merupakan bukanlah suatu bisnis yang menjual keahlian dan membutuhkan *skill* secara komprehensif untuk menciptakan *value* yang dapat di jual ke masyarakat, serta manajer atau pemilik cenderung melihat pekerja atau karyawan selayaknya pekerja atau karyawan pada umumnya yang bekerja sesuai pada *job-desc*, dan ketika kewajiban selesai, maka hak yang mereka harapkan adalah gaji atau upah yang layak.
5. Inovasi produk terbukti tidak memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY yang memiliki sebab antara lain karena pelaku UMKM tidak memiliki jalan dan akses untuk dapat mengembangkan bisnisnya, dan sudah merasa dapat menghidupi kehidupannya dengan yang ada saat ini sehingga daripada mengambil risiko, sehingga cenderung mempertahankan produk yang sudah ada.
6. Inovasi proses terbukti tidak memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM di DIY. Responden penelitian ini beranggapan bahwa inovasi proses tidaklah memiliki kontribusi apapun terhadap keberhasilan UMKM di DIY, dan bagaimanapun proses yang terjadi tidaklah lebih penting daripada hasil akhir yang didapatkan membuat UMKM di DIY tidak menekankan untuk mengubah proses yang terjadi asalkan hasil yg

didapatkan mampu memberi kepuasan kepada *customer*, dan profit yang dihasilkan pun tetap baik.

7. Inovasi pemasaran terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keberhasilan UMKM di DIY, sehingga pelaku usaha harus selalu melakukan pembaharuan pada inovasi tersebut dengan cara seperti mengemas produk pada kemasan yang menarik, melakukan pemasaran dengan cara yang berbeda melalui media sosial, dan lain sebagainya.

5.2 KETERBATASAN PENELITIAN

Adapun penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yaitu sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini masih terdapat keterbatasan yang timbul dalam beberapa aspek, sehingga secara komprehensif dan menyeluruh penelitian ini belum mampu mencakup segala macam industri yang ada seperti manufaktur, jasa, dan perdagangan. Penulis dalam hal ini tidak mendapatkan responden dari industri manufaktur, sehingga penelitian ini hanya mencakup UMKM dalam sektor perdagangan atau retail dan jasa. Beberapa kali penulis mencoba untuk terus melakukan pengembangan luasan pada responden, namun dalam perjalanannya penulis tetap belum mampu mencakup industri dalam sektor manufaktur tersebut.
2. Dikarenakan penelitian ini menetapkan batas geografis penelitian hanya di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), maka jika penelitian ini dijadikan acuan dalam pengembangan penelitian lebih lanjut maupun jika dijadikan sebagai landasan dalam pengembangan bisnis UMKM untuk

menggapai keberhasilan yang diharapkan maka perlu untuk disesuaikan dengan daerah masing-masing, dan karakteristik bisnis, serta jenis industri yang bersangkutan, karena hasil penelitian ini hanya terbatas untuk menggambarkan kondisi UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Selain itu seperti yang disebutkan diatas penelitian ini pun hanya mampu menggambarkan pada industri perdagangan atau retail dan pada sektor jasa, sehingga tidak mencakup sektor manufaktur.

3. Keterbatasan selanjutnya yang timbul adalah sebaran kuisioner dalam mendapatkan responden lebih berpusat pada Kabupaten Sleman. Bahkan hampir 65% responden dalam penelitian ini berasal dari UMKM yang ada di Kabupaten Sleman, baru kemudian diikuti oleh UMKM yang ada di Kota Yogyakarta, dan kabupaten-kabupaten lain di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Sehingga dapat dikatakan bahwa jika dipusatkan lebih jauh, penelitian ini kurang mampu memiliki sebaran yang merata pada setiap kabupaten dan kota yang ada di DIY. Namun penulis masih memiliki daya dorong agar penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi setiap pihak, karena hingga saat ini kabupaten Sleman adalah gambaran bagi perkembangan bisnis dan UMKM di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, dan banyak sekali industri bisnis modern yang tumbuh terpusat di Kawasan Kabupaten Sleman, terutama pada daerah-daerah di Kelurahan Condongcatur dan Caturtunggal. Dapat dikatakan bahwa Kabupaten Sleman dan tentu Kota Yogyakarta memiliki selangkah lebih maju dalam perkembangan bisnis dan

UMKM dibandingkan kota atau kabupaten lain di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

5.3 SARAN

Untuk pemahaman dalam proses pengembangan bisnis lebih lanjut terutama bagi UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan bagi pengembangan penelitian berbasis akademis selanjutnya yang memiliki irisan pembahasan yang sama, maka penulis memiliki beberapa saran yang dapat diperhatikan dan dijadikan rujukan, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi UMKM Secara Umum

Secara umum penulis menyarankan agar UMKM secara umum untuk aktif dalam melakukan pengembangan dalam segala sisi, baik dari sisi bisnis maupun sumber daya manusia (SDM) yang terlibat didalamnya. Terutama sesuai hasil penelitian ini yang menyakatan bahwa Kompetensi Kewirausahaan, Sumber Daya Keuangan, Penggunaan Teknologi, dan Inovasi Pemasaran yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan bisnis UMKM di DIY. Meskipun penelitian ini memiliki batasan hanya dalam lingkup geografis DIY, namun seluruh UMKM yang terlibat dan menjadi pelaku pasar secara aktif perlu untuk terus mengembangkan bisnisnya sesuai indikator terkait yang disesuaikan dengan berbagai hal yang ada dalam bisnis yang bersangkutan bagi UMKM tersebut.

2. Bagi UMKM di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)

Jika bahasan diatas memberikan saran bagi UMKM secara umum, maka penulis secara spesifik juga memberikan saran bagi UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang menjadi batasan geografis dalam pengembangan penelitian ini. Tentu secara penelitian ini dibuat secara objektif dan ilmiah, sehingga sangat baik jika turut dijadikan pertimbangan sebagai salah satu unsur untuk pengembangan bisnis lebih lanjut. Beberapa variabel seperti yang disebutkan diatas yaitu Kompetensi Kewirausahaan, Sumber Daya Keuangan, Penggunaan Teknologi, dan Inovasi Pemasaran memegang peranan kunci untuk bisa mendapatkan atensi lebih tinggi. Namun tidak hanya sebatas hal tersebut, karena masih banyak variabel lain yang juga sama pentingnya jika melihat penelitian lain.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Kemudian yang terakhir, penulis memberikan atensi lebih agar penelitian selanjutnya dapat secara berkelanjutan menjadikan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebagai daerah batas geografis dalam penelitian, terutama jika peneliti tersebut memiliki kedekatan dan ingin memberikan kontribusi berarti sesuai keilmuannya. Terbatasnya penulis dalam mengangkat variabel untuk mengukur pengaruh terhadap keberhasilan suatu UMKM di DIY, membuat penulis menyarankan dan berharap agar kelak dikemudian hari penelitian ini bisa dikembangkan dalam variabel yang lebih luas, dan tidak terbatas sesuai variabel yang penulis angkat menjadi bahasan dalam penelitian. Selain itu, penulis juga berharap agar kelak peneliti dapat secara menyeluruh mengangkat

bisnis UMKM untuk seluruh jenis industri yang ada, dengan sebaran yang merata, sehingga mampu secara komprehensif menghasilkan hasil penelitian yang dapat dimanfaatkan dan diaplikasikan dengan baik. Tentu saat ini, penelitian ini memberikan gambaran yang tepat sesuai pada masanya, namun belum tentu pada masa-masa selanjutnya, sehingga juga akan baik jika penelitian ini dilakukan oleh banyak peneliti secara berkelanjutan, agar mampu menghasilkan hasil yang berkelanjutan dan komprehensif dari masa ke masa.

REFERENSI

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris. In *Yogyakarta: Penerbit Andi*.
- Abdullah, Prof. M. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Aswaja Pressindo*.
- Abe, M., Troilo, M., & Batsaikhan, O. (2015). Financing small and medium enterprises in Asia and the Pacific. In *Journal of Entrepreneurship and Public Policy* (Vol. 4, Issue 1). <https://doi.org/10.1108/JEPP-07-2012-0036>
- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil MEengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Amri, F. (2015). Permasalahan UMKM: Strategi Dan Kebijakan. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Pluralisme Dalam Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(9).
- Andrew Huang, T. Te, Chen, L., & Stewart, R. A. (2010). The moderating effect of knowledge sharing on the relationship between manufacturing activities and business performance. *Knowledge Management Research and Practice*, 8(4). <https://doi.org/10.1057/kmrp.2010.21>
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan

- Plamongansari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Atalay, M., Anafarta, N., & Sarvan, F. (2013). The Relationship between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence from Turkish Automotive Supplier Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.04.026>
- Ayinaddis, S. G. (2023). The effect of innovation orientation on firm performance: evidence from micro and small manufacturing firms in selected towns of Awi Zone, Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00290-3>
- Baharudin, M. H., Mohamad, W. M. F., Salleh, M. S., Ramzi, M. I., & Muhammad, A. I. (2020). Entrepreneurial Competencies and Business Success Among Women Entrepreneurs: Social Capital As A Moderating Effect. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(2). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v10-i2/6941>
- Bank Indonesia. (2013). *Framework Pengembangan UMKM Bank Indonesia*. <https://www.bi.go.id/id/umkm/program-pengembangan-umkm/default.aspx>
- Bappeda Provinsi DIY. (2023, October 3). *Jogja dan Dataku*.
- Camuffo, A., Gerli, F., & Gubitta, P. (2012). Competencies matter: Modeling effective entrepreneurship in northeast of Italy small firms. *Cross Cultural Management*, 19(1). <https://doi.org/10.1108/13527601211195628>

- Chatzoudes, D., Chatzoglou, P., & Vraimaki, E. (2015). The central role of knowledge management in business operations: Developing a new conceptual framework. *Business Process Management Journal*, 21(5). <https://doi.org/10.1108/BPMJ-10-2014-0099>
- Cherrafi, A., Garza-Reyes, J. A., Kumar, V., Mishra, N., Ghobadian, A., & Elfezazi, S. (2018). Lean, green practices and process innovation: A model for green supply chain performance. *International Journal of Production Economics*, 206. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2018.09.031>
- Chin, W. W., Marcellin, B. L., & Newsted, P. R. (2003). A partial least squares latent variable modeling approach for measuring interaction effects: Results from a Monte Carlo simulation study and an electronic-mail emotion/adoption study. *Information Systems Research*, 14(2). <https://doi.org/10.1287/isre.14.2.189.16018>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3). <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dianne, W., & Norris, K. (2012). Journal of Technology Management in China Article information : *The Evolution of Social Entrepreneurship: What Have We Learned?*, *Journal of Technology Management in China*, 7(3).
- Dwi, A. (2023, June 24). Inovasi Dalam Pemasaran, Pengertian, Manfaat Beserta Contohnya. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU*. <https://feb.umsu.ac.id/inovasi-dalam-pemasaran/>

- Dyer, W. G., Nenque, E., & Hill, E. J. (2014). Toward a theory of family capital and entrepreneurship: Antecedents and outcomes. *Journal of Small Business Management*, 52(2). <https://doi.org/10.1111/jsbm.12097>
- Ferreira, J. J., Azevedo, S. G., & Ortiz, R. F. (2011). Contribution of resource-based view and entrepreneurial orientation on small firm growth. *Cuadernos de Gestion*, 11(1), 95–116. <https://doi.org/10.5295/cdg.100185jf>
- Gemina, D., & Ginanjar, A. (2019). Kinerja Usaha Mikro Menengah Makanan Kabupaten Cianjur Berbasis Komitmen, Kompetensi dan Motivasi Usaha. *JURNAL VISIONIDA*, 5(2). <https://doi.org/10.30997/jvs.v5i2.2201>
- Gerpott, F. H., Fasbender, U., & Burmeister, A. (2020). Respectful leadership and followers' knowledge sharing: A social mindfulness lens. *Human Relations*, 73(6). <https://doi.org/10.1177/0018726719844813>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). Partial Least Squares Concepts of Methods and Applications Using the WarpPLS 4.0. Program. Semarang, Diponegoro University Press.
- GreatNusa. (2023, February 11). Inovasi Produk: Pengertian, Fungsi, Manfaat, dan Cara Melakukannya. *PT. Gagas Edukasi Nusantara*. <https://greatnusa.com/artikel/pengertian-inovasi-produk/>
- Greene, P. G., Brush, C. G., & Brown, T. E. (1997). Resources in small firms: an exploratory study. *Journal of Small Business Strategy*, 8(2).

- Gregorius Rio, A., & Pitaloka, E. (2020). Strategi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Bertahan Pada Kondisi Pandemi Covid 19 Di Indonesia. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV) Ke-6*, 6(2).
- GS, A. daengs. (2020). Internal Factor Effects in Forming The Success of Small Businesses. *Sinergi : Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 10(1).
<https://doi.org/10.25139/sng.v10i1.1463>
- Hossain, M., Yoshino, N., & Taghizadeh-Hesary, F. (2021). Optimal branching strategy, local financial development, and SMEs' performance. *Economic Modelling*, 96. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2020.03.027>
- Isa, M., Kunci, K., Kewirausahaan, K., & Kewirausahaan, O. (2011). Analisis Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Kinerja Industri Mebel. *Analisis Kompetensi Kewirausahaan BENEFIT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2).
- Islam, M. A., & Widen, G. (2023). Bibliometric analysis of the VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems: 2000–2020. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 53(3).
<https://doi.org/10.1108/VJIKMS-07-2020-0126>
- Jorgensen, J. J., Zuiker, V. S., Manikowske, L., & Lehew, M. (2022). Impact of Communication Technologies on Small Business Success. *Journal of Small Business Strategy*, 32(3), 142–157. <https://doi.org/10.53703/001c.36359>

Kefela, G. T. (2012). Entrepreneurship Has Emerged As the Economic Engine and Social Development throughout the World. *Global Journal of Management & Business Research*, 12(1).

Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022, October 2). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>

Kim, S. S., & You, Y. Y. (2020). Study on the influencing factors of business success variables of technology startup entrepreneurs. *Research in World Economy*, 11(2), 170–181. <https://doi.org/10.5430/rwe.v11n2p170>

KUR. (2020). *Gambaran Umum*. <https://kur.ekon.go.id/gambaran-umum>

Limanseto, H. (2022, October 22). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>

Michna, A., & Kmiecik, R. (2020). Open-mindedness culture, knowledge-sharing, financial performance, and industry 4.0 in smes. *Sustainability (Switzerland)*, 12(21), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su12219041>

- Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2010). Entrepreneurial competencies: A literature review and development agenda. In *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* (Vol. 16, Issue 2).
<https://doi.org/10.1108/13552551011026995>
- Mohamad Radzi, K., Mohd Nor, M. N., & Mohezar Ali, S. (2017). The impact of internal factors on small business success: A case of small enterprises under the felda scheme. *Asian Academy of Management Journal*, 22(1).
<https://doi.org/10.21315/aamj2017.22.1.2>
- Morris, M. H., Webb, J. W., Fu, J., & Singhal, S. (2013). A competency-based perspective on entrepreneurship education: Conceptual and empirical insights. *Journal of Small Business Management*, 51(3).
<https://doi.org/10.1111/jsbm.12023>
- Moscalu, M., Girardone, C., & Calabrese, R. (2020). SMEs' growth under financing constraints and banking markets integration in the euro area. *Journal of Small Business Management*, 58(4).
<https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1668722>
- Mpareke Ngwangwama, M., Ungerer, M., & Morrison, J. (2013). An exploratory study of key success factors for business success of companies in the Namibian Tertiary Industry. *International Journal of Innovations in Business International Journal of Innovations in Business ISSN (Print.*
- Muharam, H., Andria, F., & Tosida, E. T. (2020). Effect of process innovation and market innovation on financial performance with moderating role of disruptive

technology. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(1).
<https://doi.org/10.5530/srp.2020.1.29>

Ngah, R., & Jusoff, K. (2009). Tacit Knowledge Sharing and SMEs' Organizational Performance. *International Journal of Economics and Finance*, 1(1).
<https://doi.org/10.5539/ijef.v1n1p216>

Novitasari, D., & Widya, S. (2015). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Wirausaha terhadap Daya Saing (Studi Empiris pada UMKM di DIY). *JURNAL RISET MANAJEMEN*, 2(2).

OECD. (2005). The Measurement of Scientific and Technological Activities Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data - OSLO Manual. In *European Commission: Vol. Third edit.*

Owusu, J., Ismail, M. Bin, Osman, M. H. B. M., & Kuan, G. (2019). Financial literacy as a moderator linking financial resource availability and SME growth in Ghana. *Investment Management and Financial Innovations*, 16(1).
[https://doi.org/10.21511/imfi.16\(1\).2019.12](https://doi.org/10.21511/imfi.16(1).2019.12)

Partogi, S. A., & Tjahjawati, S. S. (2019). Pengaruh Knowledge Sharing terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Milik Pemerintah. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 5(3). <https://doi.org/10.35313/jrbi.v5i3.1698>

Riquelme, H., & Watson, J. (2002). Do Venture Capitalists' Implicit Theories on New Business Success/Failure have Empirical Validity? *International Small Business Journal*, 20(4). <https://doi.org/10.1177/0266242602204002>

- Rosli, M. M., & Sidek, S. (2013). The Impact of Innovation on the Performance of Small and Medium Manufacturing Enterprises: Evidence from Malaysia. *Journal of Innovation Management in Small & Medium Enterprise*. <https://doi.org/10.5171/2013.885666>
- Scarborough, N. M., Thomas W. Zimmerer, & Douglas L. Wilson. (2019). Essentials of Entrepreneurship and Small Business. In *Oxford Centre for Animal Ethics*.
- Silvi Purnia, D., Surahman, M., & Agustin, W. (2020). Implementasi Metode Prototyping Pada Rancang Marketplace Rumah Kost Berbasis Mobile. *Jurnal Sains Dan Manajemen*, 8(1).
- Sinaga, D. (2014). *BukuAjarStatistikaDasar*. <http://repository.uki.ac.id/5482/1/BukuAjarStatistikaDasar.pdf>
- Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at work: Models for Superior Performance*. John Wiley and Sons.
- Stacey, R. D. (2011). Strategic Management and Organisational Dynamics: The Challenge of Complexity to Ways of Thinking About Organisations. In *The Challenge of Complexity to Ways of Thinking About Organisations*.
- Sugiyono. (2014). Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 11(10).

- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). BAB III Metode Penelitian Menurut Sugiyono 2017. *Statistical Field Theor.*
- Sugiyono. (2018). Sugiyono 2018:8 metode kuantitatif. *Sugiyono, 2018:267, 53(9).*
- Ulum, P., & Rusnaini, S. (2023). Pengaruh Lokasi dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM Kuliner Muara Bungo. *Jurnal Administrasi Sosial Dan Humaniora, 7(1), 85.* <https://doi.org/10.56957/jsr.v7i1.255>
- Un, C. A., & Asakawa, K. (2015). Types of R&D collaborations and process innovation: The benefit of collaborating upstream in the knowledge chain. *Journal of Product Innovation Management, 32(1).* <https://doi.org/10.1111/jpim.12229>
- Valacich, J. S., Schneider, C., & Hashim, M. (2014). *Information systems today managing in the digital world* (6th Edition). Pearson Education.
- Wahyudiati, D., & Isroah. (2018). Pengaruh Aspek Keuangan Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (Sdm) Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Desa Kasongan. *Jurnal Profita, 2.*
- Wang, Z., & Wang, N. (2012). Knowledge sharing, innovation and firm performance. *Expert Systems with Applications, 39(10).* <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2012.02.017>

Wardhana, A. (2022). Pemanfaatan Teknologi dalam Bisnis. *Pengantar Bisnis, February*.

Yustika, A. E. (2005). *Perekonomian Indonesia: deskripsi, preskripsi, dan kebijakan*. Malang Bayumedia.

Yustika, & Erani, A. (2005). *Perekonomian Indonesia: deskripsi, preskripsi, dan kebijakan*.

LAMPIRAN

Lampiran 1 – Kuesioner Penelitian

Kepada Yth. Responden Penelitian

Pemilik/Manajer UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia, dengan identitas:

Nama : Mizana Annisa

NIM : 20312187

Fakultas : Bisnis dan Ekonomika

Jurusan : Akuntansi

Dalam rangka mendapatkan data guna untuk Menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Sumber Daya Keuangan, Penggunaan Teknologi, Berbagi Pengetahuan, Inovasi Produk, Inovasi Proses, dan Inovasi Pemasaran terhadap Keberhasilan UMKM di DIY", maka saya mohon bantuan serta ketersediaannya Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini hanya bertujuan untuk kepentingan penelitian dan tidak disajikan kepihak luar, serta kerahasiaan dalam mengisi kuesioner ini terjamin sepenuhnya. Oleh karena itu, saya berharap jawaban yang Bapak/Ibu berikan dengan jujur dan terbuka akan sangat membantu dalam penelitian ini. Atas partisipasi dan kesediaan Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,



Mizana Annisa

(20312187)

IDENTITAS RESPONDEN

Untuk kelengkapan data penelitian, saya mohon Bapak/Ibu mengisi data dibawah ini dengan memberi tanda \surd di kolom jawaban yang dipilih:

1. Jenis Kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

2. Usia :

- Kurang dari 20 tahun
- 20 tahun
- 21 – 25 tahun
- 26 – 30 tahun
- 31 – 35 tahun
- 36 – 40 tahun
- 41 – 50 tahun
- Lebih dari 50 tahun

3. Omset Usaha per Tahun :

- Kurang dari 25 juta
- 25 juta – 50 juta
- 51 juta – 75 juta
- 76 juta – 100 juta

- 100 juta – 200 juta
- 200 juta – 500 juta
- 500 juta – 1 Milyar
- 1 Milyar – 2,5 Milyar
- 2,5 Milyar – 7,5 Milyar
- 7,5 Milyar – 15 Milyar
- 15 Milyar – 30 Milyar
- 30 Milyar – 50 Milyar

4. Nama UMKM : _____

5. Jenis UMKM :

- Dagang
- Manufaktur
- Jasa

6. Lokasi Usaha :

- Kota Yogyakarta
- Sleman
- Bantul
- Kulonprogo
- Gunung Kidul

7. Jenis Pemasaran :
- Offline
 - Online
 - Keduanya
8. Umur Usaha : _____
9. Nama (Opsional) : _____
10. No. Hp (Opsional) : _____

PETUNJUK PENGISIAN

Lingkari angka pada kolom penilaian yang sesuai dengan pilihan Anda

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Agak Tidak Setuju (ATS)
4. Agak Setuju (AS)
5. Setuju (S)
6. Sangat Setuju (SS)

Contoh:

No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	Karyawan saya merasa puas dengan pekerjaannya	1	2	3	4	5	6

Kompetensi Kewirausahaan

No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	Saya memiliki tujuan yang jelas dalam menjalankan bisnis ini	1	2	3	4	5	6
2.	Saya merupakan pribadi yang kompetitif dan berani mengambil risiko	1	2	3	4	5	6
3.	Saya memiliki motivasi dan kepercayaan diri dalam menjalankan bisnis saya dengan baik	1	2	3	4	5	6
4.	Saya merupakan pribadi yang proaktif dan suka berinovasi	1	2	3	4	5	6
5.	Saya dapat mengambil keputusan bisnis yang baik	1	2	3	4	5	6

Sumber Daya Keuangan							
No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	Bisnis saya memiliki keuangan dan kas yang memadai	1	2	3	4	5	6
2.	Kami memiliki sistem akuntansi yang baik untuk mengelola bisnis kami	1	2	3	4	5	6
3.	Kami dapat melacak laporan keuangan seperti penjualan, pembelian, laba, dan rugi	1	2	3	4	5	6

Penggunaan Teknologi							
No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	Perusahaan kami menggunakan aplikasi <i>e-commerce</i> untuk meningkatkan penjualan	1	2	3	4	5	6
2.	Informasi bisnis kami dapat diakses melalui internet oleh pelanggan dan pemasok	1	2	3	4	5	6
3.	Kami menggunakan internet untuk mempelajari tren pasar	1	2	3	4	5	6

Berbagi Pengetahuan							
No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	Kami memiliki karyawan-karyawan yang senang berbagi pengetahuan satu sama lain	1	2	3	4	5	6
2.	Karyawan kami senang berbagi keahlian yang diperoleh dari pelatihan atau kegiatan sejenis	1	2	3	4	5	6
3.	Karyawan kami senang berbagi pengetahuan Bisnis yang diperoleh dari kegiatan informal	1	2	3	4	5	6

4.	Karyawan kami senang berbagi pengetahuan bisnis yang diperoleh dari pelanggan dan pemasok	1	2	3	4	5	6
----	---	---	---	---	---	---	---

Inovasi Produk							
No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	Kami terus berupaya mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan	1	2	3	4	5	6
2.	Kami memiliki produk yang inovatif dan laku terjual	1	2	3	4	5	6
3.	Kami setidaknya memiliki satu produk yang sangat laku dipasaran	1	2	3	4	5	6
4.	Perusahaan kami setidaknya memiliki satu hak paten atas produk yang kami produksi	1	2	3	4	5	6
5.	Kami memiliki peralatan dengan teknologi mutakhir dalam memproduksi produk-produk kami	1	2	3	4	5	6

Inovasi Proses							
No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	Kami aktif dalam bertukar pikiran tentang bagaimana agar bisnis yang kami jalani dapat berkembang	1	2	3	4	5	6
2.	Kami kreatif dalam mengeksplorasi bisnis yang sedang dijalani	1	2	3	4	5	6
3.	Ada perubahan metode dalam bisnis kami dari beberapa tahun terakhir	1	2	3	4	5	6
4.	Kami dapat menekan biaya dalam proses produksi dengan mengurangi biaya yang tidak perlu, sehingga ada penghematan.	1	2	3	4	5	6

Inovasi Pemasaran							
No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	Kami memiliki kemasan yang menarik dari produk yang kami jual	1	2	3	4	5	6
2.	Kami selalu berinovasi dalam memasarkan produk kami	1	2	3	4	5	6

3.	Cara promosi bisnis kami yang digunakan sebelumnya berbeda dengan yang ada saat ini	1	2	3	4	5	6
4.	Kami telah meluncurkan sistem pembayaran online dalam bisnis kami	1	2	3	4	5	6

Keberhasilan UMKM							
No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	Saya senang dengan bisnis yang sedang saya jalani saat ini	1	2	3	4	5	6
2.	Saya puas dengan pertumbuhan laba bisnis sampai saat ini	1	2	3	4	5	6
3.	Saya menganggap bisnis saya sudah cukup sukses	1	2	3	4	5	6
4.	Saya menganggap bisnis saya sudah cukup berkembang	1	2	3	4	5	6
5.	Bisnis saya akan terus berkembang dimasa depan	1	2	3	4	5	6
6.	Kinerja perusahaan semakin berkembang dari tahun ke tahun	1	2	3	4	5	6

<i>Sustainability Performance</i>							
No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	Perusahaan kami mencoba meminimalisir penggunaan sumber daya (bahan baku, air, listrik, dan energi)	1	2	3	4	5	6
2.	Perusahaan kami melindungi keanekaragaman hayati	1	2	3	4	5	6
3.	Perusahaan kami mencoba meminimalisir polusi udara	1	2	3	4	5	6
4.	Perusahaan kami mencoba meminimalisir pencemaran air	1	2	3	4	5	6
5.	Perusahaan kami meminimalkan bahan sisa	1	2	3	4	5	6
6.	Secara umum, perusahaan kami memperhatikan dampak lingkungan alam atas proses bisnis yang dijalankan	1	2	3	4	5	6

<i>Circular Economy Practice</i>							
No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	Kami mencoba mendesain produk yang ramah lingkungan	1	2	3	4	5	6
2.	Kami mempertimbangkan kemungkinan untuk	1	2	3	4	5	6

	menggunakan bahan sisa dalam proses produksi						
3.	Kami menggunakan bahan daur ulang sebagai salah satu bahan sisa dalam produksi	1	2	3	4	5	6

Transformasi Digital							
No.	Pertanyaan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1.	Kami mencoba mendigitalisasikan segala hal yang dapat didigitalisasikan	1	2	3	4	5	6
2.	Kami mencoba bertukar informasi secara digital	1	2	3	4	5	6
3.	Kami mengumpulkan banyak data dari berbagai sumber	1	2	3	4	5	6
4.	Kami mencoba untuk membangun jejaring digital dengan perusahaan lain dengan memanfaatkan teknologi informasi	1	2	3	4	5	6

Lampiran 2 – Data Mentah

KK1	KK2	KK3	KK4	SDK1	SDK2	SDK3	SDK4
6	5	5	5	5	6	6	5
6	6	5	5	5	3	3	5
6	6	6	6	6	6	5	5
6	5	6	5	5	5	4	4
6	6	6	5	5	4	6	6
5	4	5	4	3	4	5	5
6	6	6	6	6	6	4	5

KK1	KK2	KK3	KK4	SDK1	SDK2	SDK3	SDK4
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5
6	3	6	5	4	5	4	5
6	6	6	6	6	6	5	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	5	5	6
5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	4	5	5	6	4	6
6	5	5	4	5	5	6	5
6	6	5	4	6	5	5	5
5	4	5	5	6	6	5	6
6	5	6	5	5	5	5	5
6	6	5	5	6	5	5	5
5	5	5	5	5	2	4	4
6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	5	6
5	4	5	4	5	3	4	3
6	6	6	6	6	6	6	2
5	3	5	4	5	4	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	6	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	5	2	3
6	6	6	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	5	2	2
6	6	6	6	6	5	2	2
6	6	6	6	6	6	6	6
6	5	5	5	5	4	4	4

KK1	KK2	KK3	KK4	SDK1	SDK2	SDK3	SDK4
6	6	6	6	6	6	2	2
6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	2	5
6	6	6	6	6	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	3	5
5	5	5	5	5	5	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	5	3	5
5	5	6	5	5	5	2	3
5	6	6	5	5	5	2	4
6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	3	4	5	3	4
5	5	6	6	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	2	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	5	5	5
5	5	5	5	5	5	3	3
5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	5	5	6
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	6	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5
6	6	6	6	6	5	3	5
5	6	5	6	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	6	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5

KK1	KK2	KK3	KK4	SDK1	SDK2	SDK3	SDK4
5	5	6	6	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	3	4
6	6	6	6	6	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	6	6	6	6	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	6	5	5	5	6	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	6	6	6	6	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	6	5	5	5	5	5	5
6	6	6	5	6	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5

PT1	PT2	PT3	BP1	BP2	BP3	BP4	IPk1
5	6	5	5	5	6	6	5
6	5	5	5	4	4	5	6
1	5	6	5	4	6	5	6
2	2	5	6	5	6	6	5

PT1	PT2	PT3	BP1	BP2	BP3	BP4	IPk1
6	6	6	5	6	6	5	6
4	5	6	4	5	4	5	5
6	6	6	4	4	4	4	6
5	4	5	4	4	3	6	2
5	5	5	5	5	5	5	5
1	6	4	6	6	6	6	6
4	6	6	6	6	6	6	5
6	6	5	5	5	5	5	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	1	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
1	6	6	6	2	6	6	6
1	6	6	6	6	6	6	6
1	1	5	5	1	6	1	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
1	6	6	6	6	6	6	6
1	6	6	6	1	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
1	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	1	6	6	2
1	6	6	6	6	6	6	2
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	1	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	1	6	6	6
1	6	6	5	1	6	6	6
1	5	5	6	1	6	6	6
1	6	6	6	6	6	6	2
1	1	6	6	1	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	2
1	6	6	6	1	6	6	5

PT1	PT2	PT3	BP1	BP2	BP3	BP4	IPk1
2	5	5	5	1	5	5	6
1	2	5	5	1	5	3	5
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
1	6	6	6	6	6	6	2
1	6	6	6	6	6	6	6
1	5	6	6	6	6	6	5
6	6	6	6	5	5	6	6
5	4	5	4	6	6	6	5
5	5	2	4	5	5	2	5
6	6	6	5	6	2	5	6
2	5	6	5	6	6	6	5
6	6	6	5	1	6	6	6
2	5	5	2	2	2	2	5
1	5	1	5	5	4	1	5
5	3	4	5	4	4	5	5
1	1	1	6	5	5	4	4
2	3	5	5	1	5	5	5
6	6	5	6	5	5	5	6
6	5	4	5	1	6	5	5
6	6	6	6	5	5	5	5
1	4	5	6	5	5	5	6
5	5	5	5	5	5	5	3
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	6	5	6	5	5
3	3	3	4	3	3	3	4
2	6	6	6	6	2	6	6
2	4	2	4	5	4	5	5
1	6	6	6	2	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
1	6	6	6	6	6	6	6
6	3	5	5	5	5	3	5
6	6	6	6	4	6	6	6
5	5	5	6	6	6	5	6
1	6	6	6	1	6	6	6
6	6	6	6	5	5	4	5
2	6	6	6	2	6	6	6
6	6	6	6	2	6	6	6

PT1	PT2	PT3	BP1	BP2	BP3	BP4	IPk1
1	5	6	6	1	6	6	6
1	6	6	6	2	6	6	6
6	6	6	5	5	5	5	6
1	1	6	6	1	6	2	6
6	6	6	6	1	6	6	6
2	2	5	5	2	5	2	5
1	5	5	5	2	5	5	5
2	5	5	6	5	5	5	5
6	6	6	5	2	5	5	5
1	1	5	5	2	5	2	3
1	1	5	5	1	5	5	5
6	6	6	6	2	5	5	5
6	6	6	6	5	5	5	5
1	5	5	6	2	5	5	5
6	6	6	6	1	5	2	5
6	6	5	5	1	5	6	6
5	3	6	6	1	6	6	6
6	5	5	6	6	6	6	6
5	6	5	5	6	5	5	5
1	5	5	6	1	6	5	3
5	5	5	6	2	6	6	5
6	6	6	5	1	5	5	5
6	5	5	5	2	5	5	5
6	5	6	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	5	5	6
6	6	6	5	5	5	5	6
5	6	5	5	2	5	5	5
6	6	6	5	2	5	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	5	5	3	5	5	5
2	4	5	5	3	5	5	5
1	5	5	5	1	5	5	5
1	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	3	5	6	6
6	5	5	5	5	5	5	6
5	5	5	5	5	5	5	5

PT1	PT2	PT3	BP1	BP2	BP3	BP4	IPk1
6	5	6	6	1	6	6	6
4	5	6	5	4	5	6	5
5	5	6	6	2	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5
2	6	6	5	2	5	6	6
6	5	5	5	5	5	5	5
1	5	5	5	5	5	5	5
5	6	6	6	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	6	5
1	6	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	6	6	5
2	5	5	5	4	5	5	5
2	4	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	5	4	2	5	3	4
2	5	5	5	2	5	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5
6	6	5	5	3	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	5	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	2	4	5	5
5	5	6	5	3	5	5	5
5	5	5	5	3	5	5	5
5	3	6	5	5	5	3	5
6	6	6	5	4	4	5	6
5	5	5	5	5	5	5	5
2	6	5	5	5	5	5	5
2	3	6	5	2	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	5	5	5	5	5	5
3	6	6	5	5	5	5	5
3	5	5	5	2	4	4	5
5	5	5	5	3	5	5	5
3	5	5	4	3	5	6	6
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	6	5	4	5	5	5

PT1	PT2	PT3	BP1	BP2	BP3	BP4	IPk1
5	5	5	5	6	5	5	5
6	6	5	5	5	5	5	5
2	3	5	5	4	5	5	5
2	2	5	4	3	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	3	5	5	5	5	5
4	5	5	5	2	5	5	5
5	5	5	5	5	5	6	6
2	3	5	5	5	5	5	6
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	6
2	4	5	5	5	5	6	5
2	3	5	5	3	5	6	6
2	2	5	5	2	5	3	3
6	5	6	6	2	5	6	6
2	6	5	5	5	5	5	5
2	6	6	5	4	5	5	5
6	6	5	5	5	5	5	5
2	6	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	3	4	5	5
2	6	6	5	5	5	5	6
2	5	5	5	4	5	5	5
5	6	6	5	5	5	4	6
6	6	5	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
3	6	6	5	4	5	4	5
2	3	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	6	5	5	5
3	4	4	6	6	6	6	5
2	3	3	5	5	5	5	5
3	3	3	4	4	5	4	5
3	5	5	5	5	5	5	6
3	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	6	6	5	5

IPk2	IPk3	IPk4	IPk5	IPs1	IPs2	IPs3	IPs4
5	5	5	5	5	5	5	5

IPk2	IPk3	IPk4	IPk5	IPs1	IPs2	IPs3	IPs4
6	6	2	5	5	5	6	6
5	6	3	5	6	6	6	6
5	5	2	2	6	5	5	5
6	6	4	5	6	6	6	6
5	5	4	5	4	3	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6
4	3	4	5	6	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	5	6	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6
4	6	4	5	6	5	5	5
6	6	1	2	6	6	6	6
6	6	1	1	6	6	6	6
6	6	1	6	6	6	6	6
6	6	1	6	6	6	6	6
6	6	6	5	6	6	6	6
6	6	2	6	6	6	6	6
6	6	6	3	6	6	6	6
6	6	2	3	6	6	2	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	1	5	6	6	6	6
6	6	1	2	6	6	6	5
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
2	2	2	6	6	6	6	6
2	2	2	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	2	6	6	6	6	6
6	6	2	6	6	6	6	6
5	5	1	5	6	6	2	6
6	6	2	4	6	6	6	6
6	6	1	3	6	6	6	6
2	2	1	6	6	6	6	6

IPk2	IPk3	IPk4	IPk5	IPs1	IPs2	IPs3	IPs4
6	6	6	6	6	6	6	6
2	2	2	6	6	6	6	6
5	2	1	2	6	6	6	6
6	6	2	4	6	6	6	6
5	5	1	4	6	6	6	6
6	6	6	5	6	6	6	6
6	6	2	6	6	6	6	6
5	2	2	6	6	6	6	6
5	5	2	6	6	6	6	6
5	5	2	6	6	6	6	5
6	6	3	5	5	5	4	6
5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	2	4	5	5	5	6
6	6	6	6	6	6	6	6
5	2	2	4	6	6	6	6
6	6	6	6	5	6	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5
5	6	6	2	5	5	1	1
4	5	3	3	4	5	3	4
4	3	4	3	5	5	3	4
5	6	5	5	4	5	4	5
5	5	5	5	6	5	5	5
5	5	6	5	5	6	3	5
5	6	2	5	6	6	2	5
5	5	2	5	6	6	5	5
4	4	3	5	5	5	5	5
6	6	2	6	6	6	6	6
6	6	5	5	5	5	5	5
6	6	3	1	5	6	6	6
5	5	5	4	6	5	5	5
4	5	1	5	5	5	5	6
6	6	1	5	6	6	6	6
4	5	3	3	5	4	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	1	2	6	6	6	6
6	6	1	6	6	6	6	6
5	5	3	3	6	5	5	5
6	6	4	4	6	6	6	6
5	4	6	5	6	6	6	6
6	6	1	3	6	6	6	6

IPk2	IPk3	IPk4	IPk5	IPs1	IPs2	IPs3	IPs4
5	5	5	4	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	5	3	6	6	6	6
6	6	1	4	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	5	2	5	5	5	5
6	6	1	2	5	5	1	6
6	6	5	2	6	6	6	6
5	5	2	3	5	5	5	5
5	5	1	4	5	5	3	5
5	5	2	6	6	5	5	5
5	5	2	5	5	6	6	5
3	2	1	6	6	6	6	6
5	5	1	4	5	5	2	6
5	5	2	4	5	5	5	5
5	5	3	4	6	6	6	6
5	5	1	6	5	5	5	5
5	2	2	3	5	5	5	5
5	6	1	5	6	6	6	5
6	6	2	4	6	6	5	5
5	5	2	2	5	5	5	5
6	6	2	5	6	6	5	5
2	1	1	6	5	5	5	5
5	5	3	5	6	6	6	6
5	5	1	5	5	5	5	5
6	6	4	5	6	6	2	6
5	5	3	4	5	5	5	5
5	5	5	5	6	5	5	6
5	5	2	4	5	6	5	5
5	6	2	4	5	5	5	5
5	5	3	5	5	5	5	5
6	6	2	4	5	5	5	5
6	6	2	6	5	5	5	5
5	5	3	5	5	5	5	6
6	6	6	5	5	6	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	2	4	5	6	6	6
5	2	2	5	5	5	5	5
5	5	1	6	6	6	6	6
5	3	3	5	5	5	5	5

IPk2	IPk3	IPk4	IPk5	IPs1	IPs2	IPs3	IPs4
6	6	6	6	6	6	6	6
6	6	5	6	6	6	5	6
5	5	6	6	6	6	5	3
6	3	3	6	6	6	6	6
5	3	1	6	6	5	5	5
5	5	5	5	5	6	6	5
5	5	3	5	5	5	6	6
6	6	6	6	6	5	6	6
5	6	4	6	5	6	6	6
5	5	1	5	5	6	5	5
6	5	1	6	6	6	6	6
5	5	2	6	6	6	5	5
5	5	1	5	5	5	5	5
5	5	3	4	4	5	4	4
5	5	2	5	5	5	5	5
5	3	2	4	5	5	2	5
5	5	3	5	5	6	5	5
5	5	3	5	5	5	5	5
5	2	2	4	4	5	4	4
5	5	3	5	5	6	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	6	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6
5	5	3	5	5	5	5	5
5	3	2	5	5	5	5	5
5	5	2	4	5	5	5	5
5	3	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	2	5	5	5	5	5
5	5	3	4	4	6	6	6
6	5	3	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	3	4	5	5	5	5
5	3	2	5	5	5	5	5
5	5	2	5	5	6	5	5
5	5	2	6	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	3	4	5	5	5	5
5	3	4	4	5	5	5	5

IPk2	IPk3	IPk4	IPk5	IPs1	IPs2	IPs3	IPs4
5	5	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	4	5	5	5	5
5	5	3	4	5	5	4	5
6	6	3	4	5	5	5	5
5	5	2	4	6	6	4	4
5	5	2	3	6	5	3	6
5	5	3	3	3	4	4	5
5	5	2	3	5	5	4	5
5	4	2	4	5	6	5	5
6	6	6	5	6	6	5	6
6	6	4	4	5	5	5	5
5	5	3	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	5	5	5	5	5	5
5	3	2	5	5	5	5	5
6	6	3	4	5	6	4	6
5	3	3	3	5	6	5	5
6	6	2	3	6	6	5	5
6	5	3	4	6	6	5	6
5	4	3	4	6	6	5	5
5	5	3	5	5	5	5	5
5	5	3	5	5	6	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5
4	6	4	5	5	6	5	5
5	5	4	5	5	6	5	5
6	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	6	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	2	4	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	3	3	5	6	4	5
5	5	3	4	5	5	3	5
5	6	3	4	6	6	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	3	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5

IPn2	IPn3	IPn4	KU1	KU2	KU3	KU4
6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	5	5
6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6
6	5	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6
5	6	6	5	5	5	4
6	6	6	5	5	5	4
5	4	6	6	5	5	5
6	6	6	6	6	5	6
6	6	6	5	5	5	2
5	2	6	6	5	5	5
6	6	6	6	6	6	5
5	5	5	5	5	5	5
4	3	6	6	6	5	5
5	4	5	5	5	4	5
5	2	6	6	5	5	6
5	5	6	5	6	5	4
5	5	5	5	5	6	5
5	6	2	6	6	5	5
6	5	6	6	6	6	6
6	6	6	6	5	5	5
5	3	5	5	3	3	3
6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	6
6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	6	6	5	5
4	4	5	6	2	3	3
2	2	6	6	6	2	2
5	4	6	5	5	4	6
6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6
6	2	6	6	6	5	5
5	5	3	6	6	5	5
6	6	6	6	6	6	6
4	5	6	6	5	5	5

IPn2	IPn3	IPn4	KU1	KU2	KU3	KU4
6	6	6	6	6	5	5
5	5	5	6	5	5	5
6	2	6	6	6	5	5
6	6	6	6	6	5	5
6	6	6	6	6	6	6
5	5	6	6	6	6	6
5	5	5	5	4	2	3
3	1	6	5	5	5	2
6	6	6	6	6	6	6
5	2	5	5	5	5	5
5	2	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4
4	2	6	5	5	5	5
5	2	5	5	5	5	5
5	5	6	5	5	5	3
5	5	5	5	5	5	5
4	3	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	6
5	6	6	6	6	6	6
6	5	6	5	5	4	5
5	2	6	6	6	6	5
5	5	6	6	5	5	5
4	5	6	5	5	5	5
6	6	5	5	5	5	5
5	6	6	5	5	5	5
5	2	6	5	5	3	3
5	3	6	5	3	4	5
4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	5
5	3	6	5	5	5	6
6	4	6	5	5	5	5
6	6	6	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	3
6	4	6	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	6	5	5	4	5
5	5	6	6	5	5	3
6	6	6	6	6	5	5

IPn2	IPn3	IPn4	KU1	KU2	KU3	KU4
5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	6	6
6	6	6	6	6	5	6
6	6	6	6	6	5	6
2	6	6	5	5	5	5
5	5	6	6	6	5	5
5	5	6	5	5	5	5
6	6	6	5	6	5	5
6	6	6	6	6	6	6
5	5	5	5	5	5	6
6	6	6	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	6	5	5	5	6
5	5	5	5	5	5	5
5	5	6	5	5	5	5
5	5	6	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	6	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	6	5	5	5	5
5	5	6	5	5	5	5
5	5	6	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
6	3	6	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	6	5	5	5	5
5	3	6	5	5	5	5
5	2	6	5	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	6	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5

IPn2	IPn3	IPn4	KU1	KU2	KU3	KU4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	6	6	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	3	6	5	5	5	5
6	4	6	6	5	5	5
6	5	6	6	6	5	5
5	3	5	5	5	5	5
4	3	2	5	5	5	5
5	5	6	5	5	5	5
5	3	2	5	5	5	5
5	5	6	5	5	5	5
6	6	6	6	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	6	6	6	5	5	5
5	5	6	6	6	5	5
5	5	6	5	5	5	5
5	5	6	6	5	5	5
5	5	6	5	5	5	5
5	4	6	6	5	5	5
6	5	6	5	5	5	5
5	5	6	5	5	5	5
6	5	6	5	5	5	5
6	5	5	6	5	5	5
6	6	6	6	6	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	6	6	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5
5	4	5	5	5	5	5
5	4	2	5	5	5	5
5	5	6	5	5	5	5
4	5	6	5	5	5	5
5	3	2	5	5	5	5
5	3	6	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5
5	4	6	5	5	5	5
5	5	6	5	5	5	5

KU5	KU6
6	6
5	5
6	6
6	6
6	6
6	6
6	6
6	6
5	6
6	6
6	6
6	6
6	6
5	6
5	4
5	5
6	5
5	3
6	6
6	6
5	5
6	5
5	5
6	6
5	5
5	5
5	6
6	3
5	5
3	3
6	5
5	5
6	6
6	5
4	3
6	6
5	6
6	6
6	6
6	6
6	6

KU5	KU6
6	6
5	5
5	6
6	5
6	6
5	5
6	6
6	6
6	4
5	5
6	6
5	5
5	5
5	5
5	4
5	5
5	5
6	6
6	5
6	6
6	5
6	6
5	5
5	5
5	5
5	6
5	5
5	5
5	2
5	5
5	4
5	5
6	5
6	5
5	6
5	5
5	5
5	6
5	5
5	6

KU5	KU6
5	5
5	5