

**Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing UMK: Peran Mediasi  
Knowledge Creation**

SKRIPSI



Ditulis oleh :

Nama : Satya Laksana Firmansyah

NIM : 17311230

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Manajemen Operasi

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

**2024**

**Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing UMK: Peran Mediasi**

**Knowledge Creation**

**SKRIPSI**

Ditulis dan diajukan untuk syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana

Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika,

Universitas Islam Indonesia



Nama : Satya Laksana Firmansyah

NIM : 17311230

Program Studi : Manajemen

Dosen Pembimbing : Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M.

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2024**

## **PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME**

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

Yogyakarta, 29 Februari 2024

Penulis,



Satya Laksana Firmansyah

## HALAMAN PENGESAHAN

Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing UMK: Peran Mediasi  
Knowledge Creation


Nama : Satya Laksana Firmansyah  
NIM : 17311230  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Manajemen Operasi

Yogyakarta, 5 Maret 2024

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

*acc  
untuk ujian 5/3/24*



Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M.

**Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing UMK: Peran Mediasi  
Knowledge Creation**

**Satya Laksana Firmansyah**

[17311230@students.uii.ac.id](mailto:17311230@students.uii.ac.id)

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam  
Indonesia, Yogyakarta

---

**ABSTRACT**

This study aims to identify and examine the role of knowledge creation as a mediation between the speed of innovation and the competitiveness of micro, small and medium enterprises. Competence and market-based knowledge creation is usually carried out by companies to create boundaries and widen the distance for emerging business actors with similar businesses and trying to enter the market. The object of this research is culinary Micro and Small Enterprises (MSEs) in Yogyakarta and Sleman. Sampling using judgment sampling taken from MSME business owners, business managers/managers and operational staff who collected 110. Questionnaire collection and data processing were carried out by PLS SEM analysis using the SmartPLS version 3.0 application. The results of this study indicate that the speed of innovation has a positive effect on the competitiveness of MSEs and knowledge creation as a mediating variable has a positive effect between the speed of innovation and the competitiveness of MSEs in Yogyakarta and Sleman.

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Bismillahirrahmanirrahim, puja dan puji syukur atas izin dan nikmat yang telah diberikan Allah SWT sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing UMK: Peran Mediasi *Knowledge Creation*” yang bertujuan untuk memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Dengan Rahmat Allah SWT dan juga dukungan orang-orang terdekat yang selalu menemani penulis dalam penulisan skripsi akhirnya penulis dapat menyelesaikan rintangan dan halangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu izinkan penulis untuk mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT karena rahmat dan hidayah nya saya bisa tetap sehat dan diberi umur dan banyak nikmat untuk menyelesaikan skripsi ini
2. Orang tua tercinta saya yang selalu memberi dukungan yang tidak ada habisnya dan mendoakan apapun yang terbaik buat saya.
3. Bapak Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing saya yang selalu memberi saran dan kritik serta sabar dalam membina saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Kedua saudara saya adik dan kakak yang selalu mengingatkan untuk selalu memberi dukungan untuk menyelesaikan tugas akhir saya.

Yogyakarta, 29 Februari 2024

Penulis,



Satya Laksana Firmansyah

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II.....	6
2.1 Landasan Teori .....	6
2.1.1 Inovasi.....	6
2.1.2 Kecepatan Inovasi.....	6
2.1.3 Daya Saing .....	7
2.1.4 Knowledge Creation .....	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Formulasi Hipotesis.....	13
2.3.1 Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya saing.....	13
2.3.2 Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Knowledge Creation.....	14
2.3.3 Pengaruh <i>Knowledge Creation</i> terhadap Daya Saing.....	15
2.3.4 <i>Knowledge Creation</i> , Kecepatan Inovasi, dan Daya Saing .....	16
2.4 Kerangka Penelitian .....	17
BAB III .....	18
3.1 Lokasi Penelitian .....	18
3.2 Pendekatan Penelitian.....	18

3.3	Populasi dan Sampel .....	18
3.4	Jenis dan Teknik Pengumpulan data .....	19
3.4.1	Jenis Data .....	19
3.4.2	Pengumpulan Data .....	19
3.4.3	Skala Pengukuran .....	20
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	20
3.5.1	Kecepatan Inovasi .....	20
3.5.2	Daya Saing .....	21
3.5.3	<i>Knowledge Creation</i> .....	22
3.6	Alat Analisis .....	23
3.6.1	Analisis Deskriptif .....	23
3.6.2	Analisis Inferensial .....	23
BAB IV	.....	27
4.1	Karakteristik Responden .....	27
4.1.1	Usia Usaha .....	27
4.1.2	Omzet Usaha .....	28
4.1.3	Jumlah Karyawan .....	29
4.1.4	Bidang Usaha .....	29
4.2	Statistik Deskriptif Penilaian Pesponden .....	40
4.2.1	Variabel Kecepatan Inovasi .....	40
4.2.2	Variabel <i>Knowledge Creation</i> .....	41
4.2.3	Variabel Daya Saing .....	42
4.3	Analisis Data .....	30
4.3.1	Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	30
4.3.2	Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	34
4.4	Pembahasan .....	40
4.4.1	Kecepatan Inovasi dan Daya Saing .....	44
4.4.2	Kecepatan Inovasi dan <i>Knowledge Creation</i> .....	45
4.4.3	<i>Knowledge Creation</i> dan Daya Saing .....	46
4.4.4	Kecepatan Inovasi, <i>Knowledge Creation</i> , dan Daya Saing .....	47
BAB V	.....	49
5.1	Kesimpulan .....	49



1.2	Keterbatasan Penelitian .....	50
5.3	Saran dan Implikasi Manajerial.....	51
	DAFTAR PUSTAKA .....	53
	LAMPIRAN.....	57

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Dimensi Daya Saing .....	8
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 4. 1 Responden menurut Usia Usaha .....	28
Tabel 4. 2 Responden menurut Omzet Usaha .....	28
Tabel 4. 3 Responden menurut Jumlah Karyawan.....	29
Tabel 4. 4 Responden menurut Bidang Usaha .....	29
Tabel 4. 5 Interval Penilaian .....	40
Tabel 4. 6 Tabel Penilaian Responden terhadap Variabel Kecepatan Inovasi.....	41
Tabel 4. 7 Tabel Penilaian Responden terhadap Variabel Knowledge Creation ..	42
Tabel 4. 8 Tabel Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Saing.....	43
Tabel 4. 9 Nilai Convergent Validity .....	31
Tabel 4. 10 Kriteria Fornell-Larcker Criterion .....	32
Tabel 4. 11 Nilai loading silang (cross loading) .....	32
Tabel 4. 12 Nilai Uji Reliabilitas Konstruk .....	33
Tabel 4. 13 Hasil Koefisien Jalur (Path Coefficient) .....	35
Tabel 4. 14 Pengujian Hipotesis .....	36
Tabel 4. 15 Nilai R <sup>2</sup> Variabel Endogen.....	38
Tabel 4. 16 Q-Square .....	39
Tabel 4. 17 Model Fit.....	39

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Model Penelitian Pengaruh X terhadap Y dengan Z.....	17
Gambar 4. 1 Pengujian Model Pengukuran .....	31
Gambar 4. 2 Pengujian Model Struktural .....	34

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini, inovasi telah menjadi keharusan bagi setiap pelaku usaha agar dapat bertahan dalam persaingan. Inovasi menurut Freeman (2004) adalah upaya perusahaan untuk menggunakan teknologi dan informasi yang dimiliki untuk memperbaiki, mengembangkan dan membuat sesuatu yang baru. Secara tidak langsung inovasi merupakan salah satu alasan penting untuk perusahaan tetap berada di persaingan industri.

Setiap inovasi yang muncul akan berpengaruh terhadap daya saing industri. Menurut Kessler *et al.*, (2007) kecepatan sebuah inovasi akan mempersingkat siklus hidup produk, hal ini kemudian akan mendesak para pesaing dalam suatu industri untuk memperbaiki performa eksternal maupun internalnya agar dapat mempertahankan produk yang dijualnya dan tetap berada di pasar. Sehingga perusahaan yang memiliki kemampuan untuk menciptakan suatu inovasi lebih dulu daripada pesaing akan meningkatkan daya saing.

Pada era modern ini perubahan lingkungan dan industrialisasi sangatlah cepat. Mulai dari otomisasi industri dan juga pertukaran informasi yang dapat dilakukan secara instan. Sehingga berbagai dorongan untuk melakukan suatu inovasi dapat dirasakan oleh berbagai perusahaan. Tetapi dengan era yang sudah begitu maju ini sebuah inovasi saja tidak cukup untuk tetap bersaing di industri

yang terus berubah. Salah satu hal yang harus dilakukan perusahaan untuk mendukung suatu inovasi agar dapat berjalan lancar adalah *knowledge creation*.

Menurut Nonaka dan Takeushi (2003) peran organisasi dalam *knowledge creation* yaitu untuk mengembangkan kondisi yang memungkinkan dalam *knowledge creation* ini pada tingkat individu, kelompok maupun lintas organisasi. Salah satu contohnya yaitu penciptaan visi dan misi perusahaan dalam menciptakan suatu kegunaan pengetahuan yang baru dipelajari. Hal ini berkaitan dengan aktivitas pemilik perusahaan dan para pegawainya untuk tetap mempertahankan produk yang dimilikinya dengan proses belajar dan mencari informasi yang dapat meningkatkan *value* yang dimiliki oleh perusahaan.

Di Indonesia, berbagai industri memiliki daya saing yang berbeda-beda. Salah satu industri yang memiliki daya saing yang cukup ketat yaitu industri kuliner. Dengan perubahan tren yang setiap tahun berubah ubah mengikuti selera konsumen dan globalisasi berbagai produk makanan, para pelaku usaha dalam industri kuliner harus kerap melakukan inovasi. Kondisi dunia yang sedang terdampak wabah covid-19 membuat pelaku usaha kuliner untuk memutar otak dan mencari jalan keluar untuk tetap bertahan.

Di Yogyakarta dan Sleman, industri kuliner sangat ramai ditemui, terutama Usaha Mikro dan Kecil (UMK) yang ada di dua kota ini. Salah satu alasan mengapa Yogyakarta dan Sleman menjadi peluang bisnis kuliner adalah pertumbuhan jumlah mahasiswa aktif di Yogyakarta, hal ini tentu dikarenakan Yogyakarta dijuluki kota pelajar. Mahasiswa lebih sering makan di warung atau restoran daripada memasak sendiri di rumah, oleh karena itu industri kuliner di Yogyakarta dan Sleman akan

tetap terus berjalan. Sehingga inovasi yang dilakukan oleh para usaha kuliner di Yogyakarta dan Sleman tergolong cepat dan selalu berganti-ganti.

Kecepatan sebuah inovasi merupakan sesuatu yang penting dalam menghadapi perubahan lingkungan yang cepat. Perusahaan yang dapat melakukan inovasi dengan cepat karena perubahan lingkungan yang terus berubah-ubah maka perusahaan tersebut memiliki daya saing yang baik di industrinya. Menurut Allocca dan Kessler (2006) Informasi mengenai pengembangan cepatnya suatu inovasi dengan daya saing suatu UMK yang ada di Indonesia merupakan hal yang penting. Karena riset terdahulu mengenai kecepatan inovasi masih berfokus pada perusahaan-perusahaan besar dan UMK yang ada di negara maju saja, yang memiliki teknologi terdepan. Sedangkan riset serupa yang dilakukan di negara berkembang, seperti di Indonesia, jumlahnya sangat terbatas.

Oleh karena itu riset mengenai kecepatan pengembangan inovasi pada daya saing UMK di Indonesia penting untuk dilakukan. Riset mengenai *knowledge creation* dan hubungannya terhadap daya saing UMK juga masih terbatas. Sedangkan UMK memiliki peran penting terhadap ekonomi Indonesia. Dari uraian latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing UMK: Peran Mediasi Knowledge Creation”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

UMK kuliner memiliki potensi besar untuk terus tumbuh, mengingat sektor ini merupakan sektor penyedia kebutuhan primer masyarakat khususnya di Yogyakarta dan Sleman. Meski demikian, banyaknya wisatawan maupun

mahasiswa/i yang datang ke Yogyakarta dan sekitarnya, hal ini mendorong munculnya banyak UMK di Yogyakarta dan juga Sleman setiap tahunnya. Sehingga UMK di Yogyakarta dan Sleman dituntut untuk melakukan inovasi yang cepat dan menciptakan keunggulan bersaing agar dapat bertahan.

Oleh karena penelitian ini berupaya untuk menginvestigasi faktor yang dapat meningkatkan daya saing UMK pada sektor ini. Dalam hal ini, penelitian ini menguji pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing UMK kuliner yang dimediasi oleh *Knowledge Creation*. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kecepatan inovasi berpengaruh terhadap daya saing UMK?
2. Apakah *knowledge creation* memediasi pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing UMK?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing UMK.
2. Untuk mengetahui pengaruh *knowledge creation* sebagai mediator antara kecepatan inovasi dan daya saing UMK.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut,

1. Bagi penulis

Sebagai pemenuhan syarat kelulusan Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Islam Indonesia.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan dan menjadi pengembangan dari penelitian sebelumnya dan Menjadi salah satu referensi bagi peneliti selanjutnya dalam menganalisis kecepatan inovasi atau daya saing mengenai UMK kuliner.

3. Bagi UMK

Dapat menjadi sumber informasi dan penambah wawasan bagi para pelaku UMK untuk mengetahui pentingnya kecepatan inovasi dan *knowledge creation* dalam menciptakan suatu keunggulan bersaing bagi perusahaan.



## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Inovasi**

Menurut Kusumawati (2010) inovasi merupakan suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Oleh sebab itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dengan menawarkan produk yang dapat memuaskan kebutuhan pelanggan. Tidd et al (2005) berpendapat bahwa ada 4 pendekatan yang dilakukan dalam berinovasi yakni:

1. Inovasi Produk : Perubahan pada produk atau layanan yang dapat ditawarkan kepada pasar.
2. Proses Inovasi : Perubahan dalam cara pembuatan dan bagaimana disampaikan
3. Inovasi Posisi : Perubahan pada tempat atau latar dimana produk atau layanan ditawarkan
4. Inovasi Paradigma : Perubahan mendasar pada model dan bingkai bagaimana perusahaan melakukan suatu usaha.

##### **2.1.2 Kecepatan Inovasi**

Kecepatan inovasi merupakan waktu yang dibutuhkan penemu dengan ide atau gagasan inovasi sampai menjadi hasil inovasi dengan nilai ekonomi dengan

memasuki pasar. Meminimalkan kecepatan waktu inovasi yang dibutuhkan untuk membuat proses atau produk dengan para pesaing juga mencerminkan bagaimana kemampuan suatu perusahaan (Allocca dan Kessler, 2007). Wang et al (2016) Menginformasikan bahwa kecepatan inovasi dan kualitas inovasi merupakan dua faktor penting dalam inovasi. Gagalnya perusahaan melakukan inovasi tidak jarang ditemukan karena lambannya dalam melakukan inovasi. Perusahaan yang melakukan inovasi dengan cepat adalah perusahaan yang dapat meningkatkan kualitas produk dengan meminimalkan biaya pengembangan produknya, serta berkesempatan mampu menetapkan harga di pasar.

Kecepatan inovasi meningkatkan respons terhadap lingkungan dengan lebih cepat dengan seringnya meluncurkan produk baru dengan biaya yang lebih rendah yang berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan (Tidd et al., 2005). Kecepatan inovasi merupakan sebuah elemen inti dari strategi inovasi dengan tiga alasan. Pertama, kecepatan inovasi dapat meningkatkan keunggulan kinerja produk baru, menurut Chen et al., (2005) kecepatan inovasi ke pasar memiliki hubungan positif dengan keberhasilan produk baru secara keseluruhan. Kedua, Kecepatan inovasi memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan secara terus-menerus. Kecepatan inovasi memungkinkan perusahaan untuk tetap berhubungan baik dengan pelanggan dan kebutuhan mereka oleh karena itu kecepatan inovasi merupakan sumber daya yang berharga bagi perusahaan. Ketiga, tekanan yang dirasakan perusahaan karena peningkatan tingkat persaingan, perkembangan teknologi dan juga siklus hidup produk yang pendek.

### **2.1.3 Daya Saing**

Daya saing merupakan kemampuan yang ada pada perusahaan dalam menghadapi berbagai lingkungan yang ada (Porter, 2012). Penentu sebuah daya saing bergantung pada keunggulan bersaing dan juga sumber daya relatif yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau yang biasa disebut dengan keunggulan kompetitif. Selanjutnya, Porter (2012) menjelaskan pentingnya daya saing karena tiga hal berikut:

1. Memajukan produktivitas dan meningkatkan kemampuan perusahaan
2. Kapasitas ekonomi yang meningkat, baik dalam konteks regional ekonomi dan juga kuantitas pelaku ekonomi sehingga mendorong peningkatan pertumbuhan ekonomi
3. Percaya bahwa efisiensi dapat diciptakan melalui mekanisme pasar

Keunggulan daya saing dapat diperoleh suatu perusahaan apabila memiliki efisiensi yang baik dan juga berbeda dengan para kompetitor nya. Sebuah perusahaan dapat memenangkan keunggulan daya saing dengan melakukan perubahan yang semula terpusat menjadi terbagi atau saling koordinasi dari yang paling tinggi hingga ke paling rendah. Penyebab perusahaan mempunyai keunggulan daya saing adalah banyaknya jumlah permintaan produk, distribusi yang luas, periklanan skala ekonomi, jumlah produksi yang besar, teknologi yang mumpuni, dan sumber daya manusia yang baik serta *awareness* merek yang baik di pasar.

Dimensi pada daya saing dalam suatu perusahaan terdiri dari kualitas, biaya, fleksibilitas, dan waktu penyampaian (Muhardi, 2007). Kemudian Muhardi (2007) menjelaskan keempat indikator secara rinci sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Dimensi Daya Saing

NO	Dimensi Daya Saing	Penjelasan
1	Biaya	Biaya merupakan salah satu dimensi indikator yang mencakup mengenai penggunaan kapasitas persediaan dan produksi, produktivitas tenaga kerja dan tentu saja biaya produksi Unsur biaya pada daya saing merupakan modal mutlak yang dimiliki oleh perusahaan yang di dalamnya mencakup pemanfaatan kapasitas produksi perusahaan, pembiayaan produksi, produktivitas tenaga kerja, serta cadangan persediaan produksi yang dapat digunakan guna menunjang kelancaran perusahaan pada waktu tertentu.
2	Kualitas	Kualitas memiliki dimensi yang cukup penting karena meliputi indikator diantaranya jangka waktu penerimaan, daya tahan produk, tampilan produk, kecepatan dalam menyelesaikan keluhan konsumen, dan spesifikasi desain yang sesuai dengan produk final.
3	Waktu penyampaian	Waktu penyampaian pada dimensi daya saing meliputi tiga indikator yaitu ketetapan waktu produksi, pengurangan waktu tunggu produksi dan ketetapan waktu penyampaian produk pada

NO	Dimensi Daya Saing	Penjelasan
		konsumen. Ketiga indikator tersebut saling berkaitan, ketetapan waktu dan lamanya waktu tunggu produksi berpengaruh pada ketetapan waktu penyampaian produk ke konsumen.
4	Fleksibilitas	Fleksibel merupakan dimensi daya saing operasi yang meliputi Macam produk yang dihasilkan dan kecepatan dalam penyesuaian kepentingan terhadap lingkungan.

#### 2.1.4 Knowledge Creation

Membina keunggulan kompetitif serta memaksimalkan kinerja organisasi dalam area lingkungan yang dinamis di kala ini memerlukan keahlian organisasi guna menciptakan serta mentransfer pengetahuan serta aplikasi baru. Bersumber pada Ichij & Nonaka (2007) dalam Taneo et al., (2019) keberhasilan suatu industri di abad kedua puluh satu dapat ditetapkan oleh sepanjang mana anggota organisasi bisa meningkatkan keahlian intelektual mereka melalui *Knowledge Creation*. Oleh karena itu, untuk mempertahankan keunggulan kompetitif, pemahaman manajer tentang penciptaan serta pertukaran pengetahuan sangat berarti sebab keberhasilan perusahaan dapat ditentukan oleh modal intelektual manajer.

Polayi (1962) dalam Sampurno (2007) menjelaskan pentingnya arti penciptaan pengetahuan (*knowledge creation*) bagi perusahaan. Menciptakan

*know-how* dan *sustainable value* merupakan keberhasilan suatu perusahaan dalam membentuk pengetahuan atau *knowledge*. Menurut Hussi (2004) dalam Sampurno (2007) Interaksi antara pengetahuan tacit dan juga pengetahuan eksplisit adalah esensi penciptaan *knowledge*. Kedua pengetahuan tersebut menciptakan interaksi yang menghasilkan inovasi dan akan menjadi *organizational knowledge* secara lebih lanjut.

Menurut Nonaka dan Toyoma (2003) *Knowledge creation* merupakan proses integrasi melalui interaksi organisasi dengan individu dan lingkungan untuk mengatasi kontradiksi wajah organisasi yang terbentuk. Hal ini merupakan keterhubungan antara struktur yang ada dengan agen yang membuat terjadinya pengetahuan, sebagai interaksi dinamis dari antar individu ke masyarakat. Proses konversi yang dijadikan sebagai teori untuk memperoleh pengetahuan baru, terdiri dari empat aspek (SECI), yang terdiri sebagai berikut:

1. Sosialisasi: Sosialisasi merupakan proses dimana pengetahuan tacit disalurkan kepada orang lain melalui kontak sosial seperti observasi, diskusi, seminar atau berbagi pengalaman, simulasi, praktik, dll yang dilakukan di antara anggota organisasi.
2. Eksternalisasi: Pada proses eksternalisasi, terjadi perubahan pengetahuan tacit menjadi pengetahuan eksplisit melalui bentuk hipotesis, deskripsi, metafora, konsep dan juga model. Proses ini dapat terjadi ketika perusahaan memberikan aturan internal dan tujuannya secara eksplisit bagi para karyawannya dan ditetapkan sebagai tata tertib.

3. Kombinasi: Dalam proses ini pengetahuan eksplisit akan dibuat dari pengetahuan eksplisit. Dalam mode ini, pengetahuan eksplisit yang ada digabungkan, dikategorikan, diklasifikasi ulang, dan diintegrasikan untuk menciptakan pengetahuan eksplisit baru (Alavi & Leidner, 2001). Pengetahuan eksplisit dapat ditransfer melalui media seperti dokumen, pertemuan, storytelling dan komunikasi elektronik (Yahoo Messenger, Skype, E-mail dan/atau percakapan telepon).
4. Internalisasi: Internalisasi dapat tercapai melewati proses perubahan pengetahuan eksplisit menjadi pengetahuan tacit melalui proses ketika ide-ide abstrak menjadi berubah ke ide-ide konkret yang pada akhirnya dapat diserap sebagai nilai integral.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu telah mencoba menginvestigasi faktor penentu daya saing UMKM. Secara umum, kecepatan inovasi merupakan sumber dari daya saing UMKM (Taneo et al., 2019; Hutahayan dan Yufra, 2019; Alloca dan Kesler, 2006). Selain itu, beberapa studi terdahulu juga menemukan bahwa knowledge creation merupakan variabel yang menjadi anteseden daya saing (Nonaka dan Takeuchi, 1995) dan sekaligus memediasi pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing (Hutahayan dan Yufra, 2019). Adapun detail penelitian terdahulu, diuraikan dalam Tabel 2.2 di bawah ini.

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Fokus Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Taneo et al. (2019)	Meneliti peran <i>knowledge creation</i> dan <i>creative</i>	Pengaruh kecepatan inovasi pada daya saing terbukti positif terhadap daya saing UMKM.

No.	Peneliti	Fokus Penelitian	Hasil Penelitian
		<i>destruction</i> sebagai mediator antara kecepatan inovasi dengan daya saing UMKM di Indonesia	<i>Creative destruction</i> dan <i>knowledge creation</i> terbukti memediasi pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKM secara parsial
2.	Hutahayan,B., & Yufra, S. (2019)	Meneliti peran kecepatan inovasi dan daya saing pada UMKM kuliner di Malang, Indonesia	Terbukti bahwa kecepatan inovasi berpengaruh positif dengan daya saing UMKM kuliner dan <i>creative destruction</i> terbukti dapat memediasi secara parsial antara kecepatan inovasi dan daya saing UMKM kuliner.
3.	Nonaka dan Takeuchi, (1995)	Meneliti peran <i>knowledge creation</i> pada perusahaan.	Peran <i>knowledge creation</i> secara positif menjadi faktor kunci keberhasilan perusahaan.
4.	Alloca, M.A. dan Kessler, E.H (2006)	Meneliti kecepatan inovasi dalam sebuah UMKM	Peran positif kecepatan inovasi terhadap <i>competitive advantage</i> UKM. UKM yang memiliki keahlian dalam mengembangkan produk baru serta mempublikasikan secara inovatif ke pasar lebih dulu daripada pesaingnya merupakan faktor mendapatkan <i>competitive advantage</i> .
5.	Faciola et al., (2020)	Penelitian mengenai daya saing perusahaan pada dimensi yang bermacam macam.	Ilmu pengetahuan dan teknologi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing perusahaan.

## 2.3 Formulasi Hipotesis

### 2.3.1 Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya saing

Alloca dan Kessler (2007) melakukan penelitian empiris pada UMK yang menunjukkan bahwa kecepatan inovasi yang dilakukan oleh UMK memiliki



kecepatan yang berbeda dengan bisnis yang lebih besar, dan memiliki kepentingan untuk mengenalkan produk secara inovatif untuk mencapai keberhasilan di tengah persaingan pasar yang ketat. Cara untuk UMK bertahan hidup pada persaingan pasar yang ketat menurut Alloca dan Kessler (2007) adalah dengan mengenalkan produk baru yang sesuai dengan kemauan konsumen dan memahami bahwa siklus suatu produk akan cenderung lebih pendek. Hal ini menyimpulkan bahwa kecepatan inovasi berpengaruh positif terhadap daya saing (Yufra dan Taneo., 2019). Berdasarkan uraian diatas, hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1: Kecepatan Inovasi berpengaruh positif terhadap daya saing UMK.

### **2.3.2 Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Knowledge Creation**

Persaingan yang ketat dan kemajuan teknologi menuntut suatu perusahaan untuk melakukan suatu inovasi dengan cepat. Untuk mencapai suatu inovasi yang cepat perlu untuk perusahaan mendapatkan ide dan gagasan yang luas. Dalam Nonaka dan Takeuchi (1995) menyatakan bahwa ide atau gagasan dapat diciptakan dan disalurkan melalui proses interaktif termasuk sosialisasi, eksternalisasi, kombinasi dan internalisasi (SECI). Dalam proses tersebut terbagi menjadi dua bagian proses interaksi yaitu: interaksi antara seseorang dengan memperkuat ide atau gagasan dari individu ke suatu grup atau kelompok, dan interaksi antara dua tipe gagasan yaitu tacit dan eksplisit.

Penciptaan dan pertukaran ide atau gagasan tersebut dapat mendorong munculnya suatu ide baru yang dapat diimplementasikan sehingga tercipta suatu inovasi. Ide-ide kreatif ini dihasilkan melalui interaksi sosial yang memungkinkan berbagi dan penciptaan pengetahuan. Afuah (1998) dalam Lai, et al., (2014)

mendefinisikan juga inovasi sebagai pengetahuan baru yang dimasukkan ke dalam produk, proses, atau layanan. Menurut pernyataan di atas, pengetahuan dipahami sebagai komponen penting dari inovasi. Svetina dan Prodan (2008) menyatakan bahwa tingkat penggunaan pengetahuan, yang telah diperoleh dari sumber internal atau eksternal, memiliki pengaruh positif terhadap kinerja inovatif perusahaan.

H.2 Kecepatan inovasi berpengaruh positif terhadap *knowledge creation* UMK

### **2.3.3 Pengaruh *Knowledge Creation* terhadap Daya Saing**

Seiring dengan semakin meningkatnya globalisasi, banyak bisnis telah terus-menerus dan fokus untuk meningkatkan pengetahuan yang dimilikinya, dan era sekarang ini banyak bisnis bersaing menggunakan "otak" bukan "otot" dengan latar belakang ini, pengetahuan dianggap sebagai faktor paling penting dalam membedakan perusahaan dari pesaingnya. Oleh karena itu, bisnis dengan sarana yang lebih besar untuk memperoleh pengetahuan dan kemampuan yang lebih besar untuk mengintegrasikan dan menciptakan pengetahuan lebih efisien dalam mengidentifikasi dan merespons perubahan yang cepat di pasar dan menyelesaikan keterbatasan sumber daya pengetahuan mereka untuk mengungguli pesaing (Tallman et al., 2004).

*Knowledge creation* dapat dilihat sebagai proses di mana pengetahuan secara konstan ditransfer dan terintegrasi di antara bisnis, departemen fungsional, dan individu, atau proses yang melibatkan konversi berulang dari pengetahuan tacit dan eksplisit (Nonaka dan Toyama, 2003). Proses ini mengarah pada sumber pengetahuan baru, yang meliputi pendekatan baru untuk memecahkan masalah dan

meningkatkan kinerja, metode kerja baru, produk baru, konsep baru, dan jalur pemikiran baru (Crescenzi et al., 2016). Sumber daya pengetahuan ini memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensinya, mengurangi biayanya, atau menyempurnakan produknya. Melalui ini, perusahaan meningkatkan kemampuannya untuk menciptakan nilai bagi pelanggannya, melayani kebutuhan pelanggan, dan meningkatkan kepuasan karyawan dan pelanggan (Vanpoucke et al., 2014) sehingga mengembangkan keunggulan kompetitif.

H3. *Knowledge creation* berpengaruh positif terhadap daya saing UMK

#### **2.3.4 Knowledge Creation, Kecepatan Inovasi, dan Daya Saing**

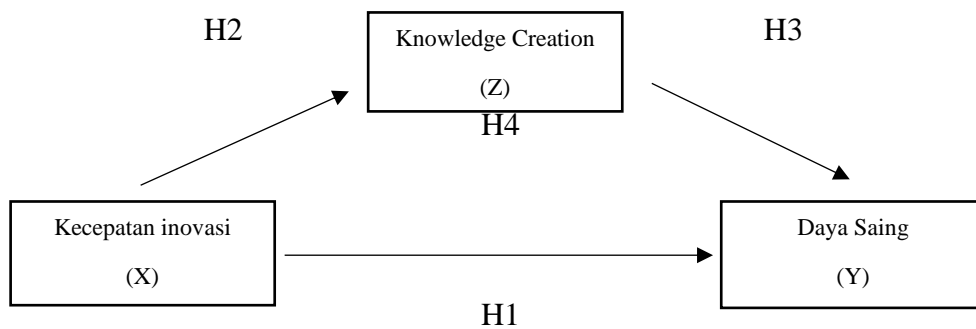
Polayi (1962) dalam Sampurno (2007) menjelaskan pentingnya arti penciptaan pengetahuan (*knowledge creation*) bagi perusahaan. Menciptakan *know-how* dan *sustainable value* merupakan keberhasilan suatu perusahaan dalam membentuk pengetahuan atau knowledge. *Knowledge creation* merupakan hasil dari konversi antara pengetahuan tacit dengan pengetahuan eksplisit yang diciptakan oleh kemampuan perusahaan dalam menciptakan pengetahuan baru melalui empat proses (model SECI). Indikator pada penelitian ini masing-masing terwakili dengan lima pertanyaan (Nonaka dan Toyama, 2003). Proses ini dijelaskan dalam satu dimensi yaitu pengetahuan eksplisit menjadi pengetahuan implisit (atau pengetahuan tacit) dan empat proses SECI yaitu sosialisasi, eksternalisasi, internalisasi, dan kombinasi.

Menurut Nonaka dan Takeuchi (1995) *Knowledge Creation* berperan penting sebagai kunci keberhasilan perusahaan. Ilmu pengetahuan merupakan satu diantara

faktor kondisi yang mempengaruhi keunggulan kompetitif industri (Porter, 2012). Ilmu pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing pada suatu organisasi. Berdasarkan pernyataan tersebut, *knowledge creation* yang dilakukan pada suatu bisnis dapat membantu mengetahui mengenai dinamisnya selera pasar, serta menyusun strategi bisnis guna meningkatkan daya saing bisnis.

H4: *Knowledge Creation* memediasi pengaruh kecepatan inovasi terhadap Daya Saing UMK

#### 2.4 Kerangka Penelitian



Gambar 2. 1 Model Penelitian Pengaruh X terhadap Y dengan Z

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kota Yogyakarta dan Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya Kecamatan Gondokusuman, Depok, Banguntapan, Mlati, Ngaglik dan Wirobrajan . Terpilihnya lokasi ini karena memiliki populasi penduduk yang padat dan perekonomian yang maju dengan melimpahnya pelaku UMK.

#### **3.2 Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu. Metode kuantitatif merupakan model penelitian data yang didapatkan melalui susunan pertanyaan dalam bentuk angka. (Sekaran dan Bougie, 2016).

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

Populasi secara general mencakup keseluruhan subjek yang akan menjadi fokus penelitian yang memiliki kualitas dan ciri-ciri atau karakteristik yang sesuai dengan apa yang ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian diteliti dan ditarik kesimpulan (Sekaran & Bougie, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh unit UMK yang beroperasi di Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya pada Kecamatan Gondokusuman, Depok, Banguntapan, Mlati, Ngaglik dan Wirobrajan.

Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Judgment sampling*. Sekaran dan Bougie (2016) mendefinisikan *Judgement sampling* sebagai pengambilan sampel penilaian melibatkan pilihan subjek yang ditempatkan paling menguntungkan atau dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi yang diperlukan. Oleh karena itu peneliti memilih dan juga menentukan elemen-elemen dan karakteristik responden yang harus dipenuhi berdasarkan elemen-elemen yang sesuai untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Peneliti memilih sebanyak 110 UMK untuk dijadikan sampel penelitian. Kuantitas tersebut sesuai dengan pendapat Sekaran dan Bougie (2016) ukuran sampel yang berada dalam rentang lebih dari 30 dan kurang dari 500 dianggap sesuai untuk sebagian besar penelitian, karena dapat memberikan representasi yang memadai dan data yang cukup.

### **3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan data**

#### **3.4.1 Jenis Data**

Penelitian ini hanya memanfaatkan data primer. Data primer merupakan sumber data yang langsung diperoleh oleh pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini mencakup informasi mengenai social media, word of mouth, influencer, dan keputusan pembelian. (Sekaran dan Bougie 2016). Data primer dalam penelitian ini berupa data persepsi dari responden, yaitu pemilik UMK kuliner yang di Daerah Istimewa Yogyakarta yang sedang melakukan inovasi untuk meningkatkan kinerja bisnis dan diberi kuesioner.

#### **3.4.2 Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei, Menurut Fink (2003) dalam Sekaran dan Bougie (2016) dimana data dikumpulkan

dengan menjelaskan atau membandingkan mengenai perilaku, pikiran, dan kebiasaan seseorang. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner dan juga wawancara. Skala *Likert* digunakan sebagai alat ukur untuk menilai persepsi responden dalam kuesioner ini.

### **3.4.3 Skala Pengukuran**

Sekaran dan Bougie (2016) menyatakan bahwa Skala *Likert* adalah alat pengukuran yang digunakan untuk mengukur seberapa kuat responden menyetujui atau tidak menyetujui dengan pernyataan yang diberikan. Responden akan memberikan penilaian terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuesioner dengan menggunakan tanda centang (√) dengan indikator sebagai berikut:

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

## **3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

### **3.5.1 Kecepatan Inovasi**

Kecepatan inovasi diperlukan oleh perusahaan sebagaimana disampaikan oleh Alloca dan Kessler (2006) bahwa kecepatan inovasi sebagai tolak ukur kemampuan sebuah perusahaan untuk membuat suatu produk atau proses yang baru dibandingkan dengan para pesaingnya dengan meminimalkan waktu yang diperlukan. Berikut Indikator Kecepatan Inovasi menurut Hutahayan dan Yufra (2019) :

1. Mewujudkan gagasan inovasi lebih cepat dari jadwal yang telah direncanakan
2. Meluncurkan produk baru ke pasar sesuai dengan rencana
3. Berinovasi lebih cepat dari sebelumnya

### **3.5.2 Daya Saing**

Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah daya saing UMK yang didefinisikan berdasarkan kinerja kombinasi aset dan proses, yang dapat diukur dengan profitabilitas dan produktivitas UMK kuliner (Ajitabh dan Momaya, 2004). UMK kuliner menetapkan produktivitas dan profitabilitas tinggi sebagai tujuan utama, tetapi persaingan untuk mencapai tujuan tersebut semakin ketat karena perubahan teknologi yang cepat sehingga mengakibatkan siklus hidup produk menjadi lebih singkat (Kessler et al, 2007 dalam Hutahayan dan Yufra, 2019). Oleh karena itu, salah satu kunci untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yaitu memiliki kemampuan untuk mengembangkan dan meluncurkan produk inovatif ke pasar lebih cepat dibandingkan pesaing (Allocca dan Kessler, 2006). Ada dua cara pengukuran daya saing dapat dilakukan, yaitu:

1. Pengukuran Produktivitas :
  - a. Target produksi
  - b. Kuantitas produksi yang meningkat
  - c. Menawarkan produk yang sesuai dengan kualitas yang tinggi
2. Pengukuran Profitabilitas :
  - a. Keuntungan yang meningkat
  - b. Modal yang meningkat



- c. Kekayaan yang meningkat (Hutahayan dan Yufra, 2019).

### **3.5.3 Knowledge Creation**

Penciptaan pengetahuan (*knowledge creation*) memiliki peran yang penting bagi perusahaan (Polayi, 1962 dalam Sampurno, 2007). Keberhasilan suatu perusahaan dalam pengetahuan mampu menciptakan *sustainable value* dan *know-how*. *Knowledge creation* adalah “kemampuan organisasi secara keseluruhan dalam menciptakan pengetahuan baru yang merupakan hasil konversi antara pengetahuan tacit dengan pengetahuan explicit yang diwujudkan melalui empat proses (model SECI)”. Masing-masing indikator dalam penelitian ini direpresentasikan oleh lima pertanyaan (Nonaka dan Toyama, 2003). Indikator dari *knowledge creation* antara lain adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi

Sosialisasi adalah proses berbagi informasi atau pengalaman yang didapatkan dari interaksi sosial yang menghasilkan konversi pengetahuan tacit (personal/individu) menjadi pengetahuan tacit individu lainnya.

2. Eksternalisasi

Eksternalisasi adalah proses mengartikulasi pengetahuan tacit menjadi berbagai macam konsep pengetahuan yang bersifat eksplisit.

3. Kombinasi

Kombinasi adalah kegiatan mengkombinasikan pengetahuan eksplisit yang berbeda menjadi pengetahuan eksplisit lainnya yang terkodifikasi.

4. Internalisasi

Internalisasi adalah proses konversi pengetahuan eksplisit yang telah terkodifikasi menjadi sebuah pengetahuan tacit yang dimiliki oleh individu secara personal.

### **3.6 Alat Analisis**

#### **3.6.1 Analisis Deskriptif**

Sekaran dan Bougie (2016) menyatakan bahwa statistik deskriptif melibatkan proses mengubah data mentah menjadi bentuk yang akan memberikan informasi deskriptif tentang sekumpulan faktor dalam suatu situasi. Dalam konteks penelitian ini, analisis deskriptif diterapkan pada karakteristik responden yang melibatkan aspek-aspek seperti nama usaha, usia UMK, produk yang dijual, pangsa pasar, dan jumlah karyawan. Analisis deskriptif pada setiap variabel penelitian dilakukan untuk memperoleh gambaran ringkas mengenai data yang telah diperoleh dari responden.

#### **3.6.2 Analisis Inferensial**

Analisis Inferensial adalah metode analisis dengan data sampel yang hasilnya dipakai untuk menyamaratakan populasi yang ada (Nisfianoor, 2009). Untuk pengujian data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) yang akan diolah melalui aplikasi SmartPLS. Dalam mengolah data melalui SmartPLS ada dua tingkatan yang perlu dilakukan untuk mengolah data yaitu yang pertama melalui model pengukuran reflektif kemudian dilanjutkan dengan model pengukuran formatif untuk menjelaskan keterkaitan antar variabel dan menguji hipotesis (Sarstedt et al., 2017).

##### **3.6.2.1 Evaluasi Model Pengukuran**

Ada beberapa aspek yang harus diperhatikan pada model pengujian reflektif antara lain:

### **1. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)**

Jika nilai *loading* pada setiap indikator variabel laten memiliki nilai tertinggi jika dibandingkan dengan nilai variabel laten lainnya maka uji diskriminan dapat dikatakan berhasil. Untuk mendapatkan kepastian nilai perhitungan yang lebih besar, yang harus dilakukan adalah evaluasi untuk setiap nilai konstruksi yang ada. Sehingga diharapkan *cross loading* memiliki nilai lebih besar dari 0,07. (Ghozali dan Latan 2015).

### **2. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)**

Tujuan *convergent validity* yaitu untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan konstruk atau variabel laten. Untuk mengevaluasi validitas konvergen konstruk reflektif, peneliti mempertimbangkan *outer loadings* indikator dan *average variance extracted* (AVE). *Outer loadings* yang tinggi pada konstruk menunjukkan indikator terkait memiliki banyak kesamaan, yang ditangkap oleh konstruk. Minimal, *outer loadings* semua indikator harus signifikan secara statistik. Aturan umum adalah standar *outer loadings* harus 0,7 atau lebih tinggi. Indikator dengan *outer loadings* yang sangat rendah (di bawah 0,40) harus, bagaimanapun, selalu dihilangkan dari konstruk (Hair et al., 2011).

### **3. Reliabilitas Indikator (*Indicator Reliability*)**

Ketika angka *loadings* > 0,70 yang mana menunjukkan angka konstruksi mengurang >50 % dari varian indikator maka tingkat reliabilitas dapat

dikatakan baik. Apabila nilai indikator antara 0,40 dan 0,70 maka dapat dipertimbangkan untuk dihapus, karena penghapusan indikator tersebut akan meningkatkan *composite reliability* yaitu di mana nilai jelas di atas nilai ambang yang disarankan.

### 3.6.2.2 Evaluasi Model Struktural

Ada beberapa aspek yang harus diperhatikan dalam menggunakan pengujian prediktif untuk melakukan evaluasi, yaitu

#### 1. Uji *Path Coefficients*

Uji *Path coefficients* dapat dinilai dengan penilaian umum antara -1 dan 1. Nilai yang menjauh dari 1 maka memiliki arti hubungan yang negatif dan begitu pula sebaliknya jika mendekati 1 maka akan memiliki hubungan positif (Ghozali dan Latan 2015)

#### 2. Uji Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Dalam menilai signifikansi pengaruh antar variabel diperlukan prosedur *bootstrapping*. Prosedur *bootstrapping* merupakan prosedur yang menggunakan seluruh sampel asli untuk melakukan resampling kembali. *Number of bootstrap* cukup sejumlah sample 200-1000 untuk mengoreksi standar *error estimate* PLS (Ghozali dan Latan 2015). dalam *metode resampling bootstrap*, nilai signifikansi yang digunakan *t-value* 1,96 (*significance level*=5%).

#### 3. Uji *Coefficient of Determination* ( $R^2$ )

Perubahan pada nilai *R-squares* dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh pada variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen yang

mempunyai pengaruh yang substantif. Nilai *R-square* 0,75, 0,50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, *moderate* dan lemah (Ghozali dan Latan, 2015). Semakin baik model prediksi pada model penelitian yang diajukan maka semakin tinggi juga nilai  $R^2$ .

#### 4. Uji *Predictive Relevance* ( $Q^2$ )

$Q^2$  *predictive relevance* atau *predictive sample reuse* berguna untuk merepresentasi sintesis dari *cross-validation* dan fungsi *fitting* dengan memprediksi dari *observed variabel* dan estimasi dari parameter konstruk. Model mempunyai *predictive relevance* dapat ditunjukkan dengan nilai  $Q^2 > 0$  , sedangkan  $Q^2 < 0$  menunjukkan sebaliknya (Ghozali dan Latan, 2015).  $Q^2$  mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.

#### 5. Uji *Normed Fit Index* (NFI)

Dalam uji NFI ada dua penilaian yaitu *good fit* apabila ketika  $NFI > 0,090$  dan *marginal fit* apabila nilai NFI diantara  $0,80 < NFI < 0,90$  (Ghozali dan Latan 2015).

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan dianalisis hasil penelitian mengenai pengaruh Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing yang Dimediasi *Knowledge Creation* pada UMK kuliner di Yogyakarta dan Sleman. Perolehan data penelitian dari hasil penyebaran kuesioner sebesar 110 kepada responden pelaku UMK kuliner yang ada di wilayah Yogyakarta dan Sleman. Data primer yang didapat adalah hasil dari jawaban-jawaban responden yang akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah terkait dengan penelitian. Hasil akan disajikan melewati analisis deskriptif karakteristik responden, statistik deskriptif variabel serta analisis *Structural Equation Modeling* (SEM).

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan versi 3.0 dari SmartPLS. Karena sesuai dengan permasalahan dan perumusan model yang telah dijelaskan. Analisis yang dimaksud adalah sebagai berikut: karakteristik responden, statistik deskriptif, pengujian *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan SmartPLS, dan pembahasan.

#### **4.1 Karakteristik Responden**

##### **4.1.1 Usia Usaha**

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

**Tabel 4. 1 Responden menurut Usia Usaha**

<b>Kategori</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
< 1 tahun	35	31,8%
1-3 tahun	66	60,0%
3-5 tahun	5	4,5%
>5 tahun	4	3,6%
Total	110	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Karakteristik responden menurut usia usaha sesuai dengan Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa dari total 110 responden, sebagian besar UMK termasuk pada kategori usia usaha 1-3 tahun yaitu sebanyak 66 responden atau sebesar 60,0%, < 1 tahun sebanyak 35 responden atau sebesar 31,8%, 3-5 tahun sebanyak 5 responden atau sebesar 4,5% dan > 5 tahun sebanyak 4 responden atau sebesar 3,6%.

#### **4.1.2 Omzet Usaha**

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

**Tabel 4. 2 Responden menurut Omzet Usaha**

<b>Kategori</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
< Rp 300.000.000	102	92,7%
Rp 300.000.000 - Rp 2.500.000.000	8	7,3%
Total	110	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Karakteristik responden menurut omzet usaha sesuai dengan Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa dari total 110 responden, sebagian besar UMK termasuk pada kategori omzet usaha < Rp 300.000.000 yaitu sebanyak 102 responden atau sebesar

92,7%, sedangkan dengan omzet Rp 300.000.000 - Rp 2.500.000.000 sebanyak 8 responden atau sebesar 7,3%.

#### 4.1.3 Jumlah Karyawan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan jumlah karyawan pada tabel 4.3 di bawah ini:

**Tabel 4. 3 Responden menurut Jumlah Karyawan**

<b>Kategori</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
< 5 orang	8	7,3%
5-10 orang	97	88,2%
> 10 orang	5	4,5%
Total	110	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Karakteristik responden menurut jumlah karyawan sesuai dengan Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa dari total 110 responden, sebagian besar UMK termasuk pada kategori jumlah karyawan 5-10 orang yaitu sebanyak 97 responden atau sebesar 88,2%, < 5 orang sebanyak 8 responden atau sebesar 7,3% dan > 10 tahun sebanyak 5 responden atau sebesar 4,5%.

#### 4.1.4 Bidang Usaha

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

**Tabel 4. 4 Responden Menurut Bidang Usaha**

<b>Kategori</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
makanan	49	44,5%
minuman	18	16,4%



<b>Kategori</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
makanan dan minuman	43	39,1%
Total	110	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

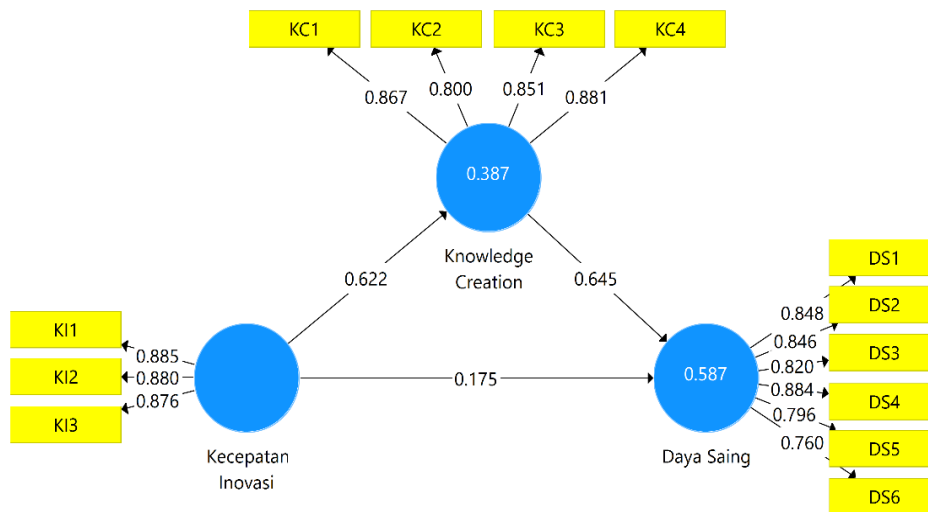
Karakteristik responden menurut bidang usaha sesuai dengan Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa dari total 110 responden, sebagian besar UMK termasuk pada kategori bidang usaha makanan yaitu sebanyak 49 responden atau sebesar 44,5%, minuman sebanyak 13 responden atau sebesar 16,4% dan makanan dan minuman sebanyak 43 responden atau sebesar 39,1%.

## **4.2 Analisis Data**

### **4.2.1 Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)**

#### **a. Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)**

Uji validitas konvergen (*convergent validity*) digunakan untuk menilai sejauh mana dua ukuran dari konsep yang sama akan berkorelasi (Hair et.al., 2011). Ukuran uji validitas konvergen (*convergen validity*) dinyatakan diukur dengan menggunakan evaluasi *outer loadings* indikator dan *average variance extracted* (AVE). Pengukuran yang dapat digunakan untuk uji validitas konvergen yaitu apabila nilai *outer loadings* indikator pada tiap-tiap indikator dengan nilai  $>0,70$  dan nilai *average variance extracted* (AVE)  $> 0,5$ . Berikut adalah nilai uji validitas konvergen variabel penelitian ini sebagai berikut:



**Gambar 4. 1 Pengujian Model Pengukuran**

**Tabel 4. 5 Nilai Convergent Validity**

Variabel	Indikator	Outer Loading	AVE	Keterangan
Kecepatan Inovasi	KI1	0,885	0,775	Valid
	KI2	0,880		Valid
	KI3	0,876		Valid
Knowledge Creation	KC1	0,867	0,723	Valid
	KC2	0,800		Valid
	KC3	0,851		Valid
	KC4	0,881		Valid
Daya SaingS	DS1	0,848	0,683	Valid
	DS2	0,846		Valid
	DS3	0,820		Valid
	DS4	0,884		Valid
	DS5	0,796		Valid
	DS6	0,760		Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 bahwa nilai *factor loading* semua variabel manifest > 0.7 dan nilai *average variance extracted* (AVE) dari setiap variabel > 0.5. Dengan demikian menunjukkan bahwa semua indikator pada variabel penelitian dapat dikatakan memenuhi uji validitas konvergen dan tidak ada yang dinyatakan gugur

**b. Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)**

Berhasilnya uji diskriminan dapat dikatakan ketika nilai loading pada setiap indikator variabel laten memiliki nilai yang tertinggi daripada nilai variabel laten lainnya (Hair, 2011). Dilakukannya uji validitas diskriminan berkaitan dengan adanya prinsip bahwa di setiap pengukuran konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi yang dilihat melalui nilai akar kuadrat AVE melalui nilai *Fornell Lacker* dan juga nilai *cross loading* yang menunjukkan besarnya korelasi antar konstruk dengan indikatornya dan indikator dari konstruk lainnya. Standar nilai yang digunakan untuk *Fornell Lacker* harus lebih besar dari asosiasi variabelnya dan *cross loading* yaitu harus lebih besar dari asosiasi indikatornya. Hasil nilai akar AVE pada masing-masing variabel penelitian ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4. 6 Kriteria Fornell-Larcker Criterion**

	<b>Daya Saing</b>	<b>Kecepatan Inovasi</b>	<b>Knowledge Creation</b>
Daya Saing	<b>0.827</b>		
Kecepatan Inovasi	0.576	<b>0.880</b>	
<i>Knowledge Creation</i>	0.754	0.622	<b>0.850</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.10 di atas dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas diskriminan mempunyai nilai tiap variabel yang lebih tinggi daripada variabel di bawahnya. Hasil nilai *cross loading* pada masing-masing variabel penelitian ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4. 7 Nilai loading silang (cross loading)**

	<b>Kecepatan Inovasi</b>	<b>Knowledge Creation</b>	<b>Daya Saing</b>
<b>KI1</b>	<b>0.885</b>	0.565	0.540
<b>KI2</b>	<b>0.880</b>	0.536	0.486
<b>KI3</b>	<b>0.876</b>	0.540	0.494

	<b>Kecepatan Inovasi</b>	<b>Knowledge Creation</b>	<b>Daya Saing</b>
<b>KC1</b>	0.516	<b>0.867</b>	0.690
<b>KC2</b>	0.477	<b>0.800</b>	0.604
<b>KC3</b>	0.595	<b>0.851</b>	0.641
<b>KC4</b>	0.523	<b>0.881</b>	0.626
<b>DS1</b>	0.569	0.626	<b>0.848</b>
<b>DS2</b>	0.519	0.687	<b>0.846</b>
<b>DS3</b>	0.376	0.586	<b>0.820</b>
<b>DS4</b>	0.497	0.657	<b>0.884</b>
<b>DS5</b>	0.468	0.648	<b>0.796</b>
<b>DS6</b>	0.407	0.511	<b>0.760</b>

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.11, nilai *cross loading* pada masing – masing item memiliki nilai lebih besar dari asosiasi indikatornya. Dengan demikian menunjukkan bahwa setiap variabel manifest dalam penelitian ini telah tepat menjelaskan variabel latennya dan membuktikan bahwa *discriminant validity* seluruh item valid.

### c. Uji Reliabilitas Konstruk (*Composite Reliability*)

Dilakukannya uji reliabilitas yaitu untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur suatu konstruk. Penelitian ini melakukan uji reliabilitas menggunakan pendekatan *Cronbach's Alpha (CA) & Composite Reliability (CR)* dengan nilai  $> 0,7$ . Hasil pengujian Composite Reliable dapat ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4. 8 Nilai Uji Reliabilitas Konstruk**

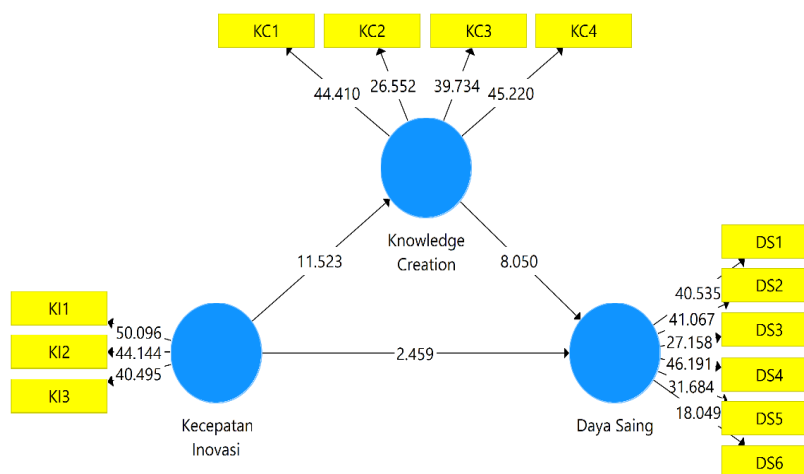
<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Composite Reliability</b>	<b>Keterangan</b>
Kecepatan Inovasi	0.855	0.912	Reliabel
<i>Knowledge Creation</i>	0.872	0.913	Reliabel
Daya Saing	0.907	0.928	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai semua variabel dalam pengujian reliabilitas baik menggunakan *Cronbach's Alpha* ataupun *Composite reliability* nilainya  $> 0.70$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel - variabel yang diujikan valid dan juga reliabel, sehingga dapat dilanjutkan untuk menguji model struktural

#### 4.3.2 Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Tujuan evaluasi model struktural atau *inner model* dibuat yaitu untuk memprediksi hubungan/pengaruh antar variabel laten. Model struktural dievaluasi dianalisis dengan analisis koefisien jalur (*path coefficient*), uji signifikansi (*bootstrapping*), nilai R-Square untuk konstruk laten endogen, nilai Q-square untuk mengukur *predictive relevance* dan pengujian model fit.



**Gambar 4. 2 Pengujian Model Struktural**

##### a. Koefisien Jalur (*Path Coefficient*)

Analisis koefisien jalur atau *path coefficient* pada penelitian ini digunakan untuk menunjukkan arah hubungan antar variabel penelitian. Apabila nilai *path*

*coefficient* lebih kecil dari 0 atau negatif, maka variabel memiliki hubungan negatif atau berlawanan arah. Apabila nilai *path coefficient* lebih besar dari 0, maka variabel memiliki hubungan positif atau searah. Hasil analisis Path Coefficient akan dijelaskan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4. 9 Hasil Koefisien Jalur (Path Coefficient)**

Variabel Penelitian	Original Sample (O)
Kecepatan Inovasi -> Daya Saing	0.175
Kecepatan Inovasi -> <i>Knowledge Creation</i>	0.622
<i>Knowledge Creation</i> -> Daya Saing	0.645

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, dapat dijelaskan hasil koefisien jalur (*path coefficient*) sebagai berikut:

1. Hasil koefisien jalur pada hubungan variabel Kecepatan Inovasi dengan Daya Saing menunjukkan nilai positif sebesar 0,175. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kecepatan inovasi, maka akan meningkatkan daya saing.
2. Hasil koefisien jalur pada hubungan variabel Kecepatan Inovasi dengan *Knowledge Creation* menunjukkan nilai positif sebesar 0,622. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kecepatan inovasi, maka akan meningkatkan *knowledge creation*.
3. Hasil koefisien jalur pada hubungan variabel *Knowledge Creation* dengan Daya Saing menunjukkan nilai positif sebesar 0,645. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi *knowledge creation*, maka akan meningkatkan daya saing.

**b. Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)**

Pengujian signifikansi digunakan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan pada penelitian ini. Uji hipotesis dilakukan dengan pendekatan *bootstrapping* yang digunakan untuk merepresentasi nonparametrik untuk ketepatan dari estimasi. Pada metode *bootstrapping*, penerimaan dalam pengambilan keputusan berdasar pada nilai signifikansi (*P-Value*), dan nilai *T-table*. Dengan melihat nilai parameter dan juga signifikansi t-statistik dapat mengetahui berapa nilai signifikansi yang dicari. Nilai signifikansi ditolak dan diterima dapat dilihat melalui kriteria nilai signifikansi nya, jika nilai signifikansi  $t - value > 1.96$  dan atau nilai  $p - value < 0.05$  pada taraf signifikansi 5% ( $\alpha 5\%$ ) maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, sebaliknya jika nilai  $t - value < 1.96$  dan atau nilai  $p - value > 0.05$  pada taraf signifikansi 5% ( $\alpha 5\%$ ) maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima. Hipotesis – hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 10 Pengujian Hipotesis**

<b>Hipotesis</b>	<b>Original Sample (O)</b>	<b>T Statistics ( O/STDEV )</b>	<b>P-Value</b>
Kecepatan Inovasi -> Daya Saing	0,175	2,459	0,014
Kecepatan Inovasi -> <i>Knowledge Creation</i>	0,622	11,523	0,000
<i>Knowledge Creation</i> -> Daya Saing	0,645	8,050	0,000
Kecepatan Inovasi -> <i>Knowledge Creation</i> -> Daya Saing	0,401	6,384	0,000

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.14 di atas dapat dijelaskan hasil uji hipotesis sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis 1 pada pengaruh variabel Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing memiliki koefisien path (*original sample*)

bernilai positif sebesar 0,175 dengan nilai t-statistic  $2,069 > 1,96$  dan nilai p-value sebesar  $0,014 < 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan “Kecepatan Inovasi berpengaruh secara positif terhadap daya saing UMK kuliner di Yogyakarta dan Sleman” diterima.

2. Hasil uji hipotesis 2 pada pengaruh variabel Kecepatan Inovasi terhadap *Knowledge Creation* memiliki koefisien path (*original sample*) bernilai positif sebesar 0,622 dengan nilai t-statistic  $11,523 > 1,96$  dan nilai p-value sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan “Kecepatan inovasi berpengaruh positif terhadap *knowledge creation* UMK kuliner di Yogyakarta dan Sleman” diterima.
3. Hasil uji hipotesis 3 pada pengaruh variabel *Knowledge Creation* terhadap Daya Saing memiliki koefisien path (*original sample*) bernilai positif sebesar 0,645 dengan nilai t-statistic  $8,050 > 1,96$  dan nilai p-value sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan “*Knowledge creation* berpengaruh secara positif terhadap daya saing UMK kuliner di Yogyakarta dan Sleman” diterima.
4. Hasil uji hipotesis 4 pada pengaruh variabel Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing dengan dimediasi *Knowledge Creation* memiliki koefisien path (*original sample*) bernilai positif sebesar 0,401 dengan nilai t-statistic  $6,384 > 1,96$  dan nilai p-value sebesar



0,000 < 0,05. Dengan demikian, hipotesis keempat yang menyatakan “Peran secara positif *Knowledge Creation* sebagai mediator antara kecepatan inovasi dan daya saing UMK kuliner di Yogyakarta dan Sleman” diterima

**c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk melihat prediksi ketepatan dari model serta mewakili penggabungan efek dari variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hasil uvaluasi koefisien determinasi dapat ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4. 11 Nilai  $R^2$  Variabel Endogen**

<b>Variabel</b>	<b>R-Square</b>
<i>Knowledge Creation</i>	0.387
Daya Saing	0.587

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Pada tabel 4.15 menunjukkan mengenai model pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap *Knowledge Creation* memiliki nilai 0,387, yang dapat diartikan bahwa variabel *Knowledge Creation* dapat dijelaskan oleh variabel Kecepatan Inovasi adalah sebesar 38,7% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pada model pengaruh Kecepatan Inovasi dan *Knowledge Creation* terhadap Daya Saing diperoleh nilai sebesar 0,587, yang dapat diinterpretasikan bahwa variabel Daya Saing dapat dijelaskan oleh variabel Kecepatan Inovasi dan *Knowledge Creation* adalah sebesar 58,7% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

**d. Q-Square (*Predictive Relevance*)**

Uji *Q-Square* berguna untuk menunjukkan presentase sintesis dari cross-validation dan fungsi fitting dengan memprediksi dari observed variabel dan estimasi dari parameter konstruk. Pengujian nilai *Q-square* > 0 memiliki arti nilai observasi yang baik sedangkan *Q-square* < 0 nilai observasi kurang baik. Hasil analisis *Q-square* dapat ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4. 12 Q-Square**

	<b>SSO</b>	<b>SSE</b>	<b>Q<sup>2</sup> (=1-SSE/SSO)</b>
Daya Saing	660.000	402.102	0.391
Kecepatan Inovasi	330.000	330.000	
<i>Knowledge Creation</i>	440.000	318.550	0.276

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa nilai *q-square* lebih besar dari 0, maka membuktikan bahwa model memiliki keakuratan pada *predictive relevance*.

#### e. Uji Model Fit

Model fit digunakan oleh peneliti dikarenakan model ini memberikan pernyataan akan seberapa sesuai model yang diteliti dengan model ideal untuk penelitian dengan dilihatnya nilai *Normed Fit Indeks* (NFI).

**Tabel 4. 13 Model Fit**

	<b>Saturated Model</b>	<b>Estimated Model</b>
SRMR	0.061	0.061
d_ULS	0.342	0.342
d_G	0.217	0.217
Chi-Square	142.975	142.975
NFI	0.855	0.855

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Hasil pengujian model fit pada tabel 4,17 di atas menunjukkan nilai NFI sebesar 0,855 yang mendekati nilai 1, dengan demikian model penelitian dinyatakan fit.

### 4.3 Statistik Deskriptif Penilaian Pesponden

Analisis statistic deskriptif variabel ini menunjukkan penilaian responden terhadap pertanyaan yang diberikan melalui kuesioner yang dibagikan tentang variabel penelitian yaitu Kecepatan Inovasi, *Knowledge Creation* dan Daya Saing. Penilaian ini diukur dengan skor nilai terendah 1 (sangat tidak setuju) dan skor nilai tertinggi 5 (sangat setuju) dengan perhitungan kriteria menggunakan rumus sebagai berikut:

Nilai terendah: 1

Nilai tertinggi: 5

Interval:  $\frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{kelas interval}}$

Interval:  $\frac{5-1}{5} = 0,80$

Dari perhitungan kriteria tersebut, sehingga diperoleh batasan penilaian terhadap masing-masing variabel, sebagai berikut:

**Tabel 4. 14 Interval Penilaian**

<b>Interval</b>	<b>Kategori</b>
1,00 – 1,79	Sangat Rendah
1,80 – 2,59	Rendah
2,60 – 3,39	Cukup
3,40 – 4,19	Tinggi
4,20 – 5,00	Sangat Tinggi

#### 4.2.1 Variabel Kecepatan Inovasi

Variabel kecepatan inovasi diukur dengan menggunakan 3 item pertanyaan yang telah diisi oleh responden. Hasil yang diperoleh dari penilaian responden

terhadap variabel kecepatan inovasi disajikan dalam bentuk nilai rata-rata yang didistribusikan sesuai dengan kriteria kategori pada tabel 4.6 sebagai berikut:

**Tabel 4. 15 Tabel Penilaian Responden terhadap Variabel Kecepatan Inovasi**

<b>Item</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Mean</b>	<b>Keterangan</b>
KI1	Usaha saya mewujudkan ide inovasi lebih cepat dari rencana	3,83	Tinggi
KI2	Usaha saya meluncurkan produk baru ke pasar sesuai dengan rencana	3,91	Tinggi
KI3	Usaha saya melakukan inovasi pada produk lebih cepat dibandingkan sebelumnya	3,86	Tinggi
Rata-rata		3,87	Tinggi

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Hasil statistik deskriptif penilaian responden terhadap variabel Kecepatan Inovasi pada tabel 4.6 di atas, menunjukkan bahwa nilai rata-rata diperoleh sebesar 3,87 yang termasuk pada kategori tinggi. Penilaian tertinggi responden terdapat pada indikator kedua yang menyatakan “Usaha saya meluncurkan produk baru ke pasar sesuai dengan rencana” dengan nilai sebesar 3,91. Sedangkan penilaian terendah terdapat pada indikator pertama yang menyatakan “Usaha saya mewujudkan ide inovasi lebih cepat dari rencana” dengan nilai sebesar 3,83. Hal ini menunjukkan bahwa UMK kuliner di Yogyakarta dan Sleman telah menerapkan kecepatan inovasi yang tinggi dengan meluncurkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar sesuai dengan yang telah direncanakan.

#### **4.2.2 Variabel *Knowledge Creation***

Variabel *knowledge creation* diukur dengan menggunakan 4 item pertanyaan yang telah diisi oleh responden. Hasil yang diperoleh dari penilaian responden

terhadap variabel *knowledge creation* disajikan dalam bentuk nilai rata-rata yang didistribusikan sesuai dengan kriteria kategori pada tabel 4.7 sebagai berikut:

**Tabel 4. 16 Tabel Penilaian Responden terhadap Variabel *Knowledge Creation***

Item	Pernyataan	Mean	Keterangan
KC1	Dengan merealisasikan inovasi, kami menciptakan pengetahuan baru dalam bisnis kami	3,86	Tinggi
KC2	Dengan merealisasikan inovasi, kami dapat membagikan pengetahuan kepada pekerja atau mitra bisnis	3,86	Tinggi
KC3	Dengan penciptaan pengetahuan baru, bisnis kami memiliki nilai tambah	3,94	Tinggi
KC4	Dengan penciptaan pengetahuan baru, bisnis kami memiliki prosedur / SOP yang lebih baik	3,83	Tinggi
Rata-rata		3,87	Tinggi

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Hasil statistic deskriptif penilaian responden terhadap variabel *Knowledge Creation* pada tabel 4.7 di atas, menunjukkan bahwa nilai rata-rata diperoleh sebesar 3,87 yang termasuk pada kategori tinggi. Penilaian tertinggi responden terdapat pada indikator ketiga yang menyatakan “Dengan penciptaan pengetahuan baru, bisnis kami memiliki nilai tambah” dengan nilai sebesar 3,94. Sedangkan penilaian terendah terdapat pada indikator keempat yang menyatakan “Dengan penciptaan pengetahuan baru, bisnis kami memiliki prosedur / SOP yang lebih baik” dengan nilai sebesar 3,83. Hal ini menunjukkan bahwa UMK kuliner di Yogyakarta dan Sleman telah memiliki *knowledge creation* yang tinggi dengan memiliki pengetahuan baru dalam bisnis dengan merealisasikan inovasi bisnis.

#### 4.2.3 Variabel Daya Saing

Variabel daya saing diukur dengan menggunakan 6 item pertanyaan yang telah diisi oleh responden. Hasil yang diperoleh dari penilaian responden terhadap variabel daya saing disajikan dalam bentuk nilai rata-rata yang didistribusikan sesuai dengan kriteria kategori pada tabel 4.7 sebagai berikut:

**Tabel 4. 17 Tabel Penilaian Responden terhadap Variabel Daya Saing**

Item	Pernyataan	Mean	Keterangan
DS1	Dengan adanya inovasi, keuntungan atau laba usaha saya meningkat.	3.85	Tinggi
DS2	Dengan adanya inovasi, modal usaha saya meningkat.	3.80	Tinggi
DS3	Dengan adanya inovasi nilai aset atau kekayaan usaha saya meningkat .	3.85	Tinggi
DS4	Usaha saya mencapai target produksi yang diharapkan.	3.85	Tinggi
DS5	Usaha saya mampu meningkatkan jumlah produksi dibandingkan sebelumnya.	3.87	Tinggi
DS6	Usaha saya mampu menawarkan produk dengan kualitas yang melebihi harapan pelanggan.	3.75	Tinggi
Rata-rata		3,83	Tinggi

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Hasil statistik deskriptif penilaian responden terhadap variabel Daya Saing pada tabel 4.8 di atas, menunjukkan bahwa nilai rata-rata diperoleh sebesar 3,83 yang termasuk pada kategori tinggi. Penilaian tertinggi responden terdapat pada indikator kelima yang menyatakan “Usaha saya mampu meningkatkan jumlah produksi dibandingkan sebelumnya” dengan nilai sebesar 3,87. Sedangkan penilaian terendah terdapat pada indikator keenam yang menyatakan “Usaha saya mampu menawarkan produk dengan kualitas yang melebihi harapan pelanggan” dengan nilai sebesar 3,75. Hal ini menunjukkan bahwa UMK kuliner di Yogyakarta

dan Sleman telah memiliki daya saing yang baik dengan memiliki produktivitas tinggi dalam memenuhi produk yang sesuai harapan pelanggan.

#### **4.4 Pembahasan**

##### **4.4.1 Kecepatan Inovasi dan Daya Saing**

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan pada kecepatan inovasi terhadap daya saing pada UMK kuliner di Yogyakarta dan Sleman. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur (path coefficient) bernilai positif sebesar 0,175, yang berarti semakin baik kemampuan kecepatan inovasi yang dimiliki akan berdampak pada peningkatan daya saing yang dimiliki UMK. Sedangkan nilai sebesar  $2,459 < 1,96$  pada t-statistik dan nilai sebesar  $0,014 < 0,05$  pada p-value, yang berarti signifikan. Oleh karena itu hipotesis 1 menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan kecepatan inovasi terhadap daya saing didukung oleh data.

Hasil yang diperoleh penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Yufra dan Taneo (2019) yang membuktikan bahwa kecepatan inovasi memiliki pengaruh positif terhadap daya saing UMK. Kemampuan kecepatan inovasi yang dimiliki UMK dalam menciptakan produk yang tepat sasaran dan sesuai kebutuhan pasar akan menjadikan mereka dapat memenangkan persaingan pasar. Menurut Kessler et al., (2007) menyatakan bahwa cara mendasar bagi UMK untuk bertahan hidup dalam kondisi persaingan yang ketat adalah dengan terus memperkenalkan produk baru yang sesuai dengan nilai konsumen dan memahami bahwa siklus hidup produk akan lebih pendek. UMK yang mampu

melakukan inovasi secara cepat semakin melalui adaptasi dan riset sesuai dengan kebutuhan pasar, akan dapat menghasilkan produk unggulan yang mampu mempertahankan eksistensinya pada pasar dalam jangka waktu yang lebih lama.

#### **4.4.2 Kecepatan Inovasi dan *Knowledge Creation***

Hasil pengujian yang ditunjukkan oleh hipotesis kedua yaitu kecepatan inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *knowledge creation* UMK kuliner di Yogyakarta dan Sleman. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur (*path coefficient*) bernilai positif sebesar 0,622, yang berarti semakin baik kemampuan kecepatan inovasi yang dimiliki akan mampu meningkatkan *knowledge creation* yang dimiliki UMK. Sedangkan nilai t-statistik sebesar 11,523 < 1,96 dan nilai p-value sebesar 0,000 < 0,05, yang berarti signifikan. Dengan demikian hipotesis 2 yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan kecepatan inovasi terhadap *knowledge creation* didukung oleh data.

Hasil penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Syahgita dan Nursyamsiah (2022) bahwa penelitian tersebut menemukan kecepatan inovasi berpengaruh positif dan signifikan pada penciptaan pengetahuan pada UMK. Kemampuan inovasi yang cepat pada UMK akan dapat berdampak positif tentang bagaimana UMK menciptakan, memperoleh dan menerapkan pengetahuan berdasarkan informasi yang dimiliki. Menurut Nonaka dan Tayoma (2003) *knowledge creation* merupakan proses sintesis melalui organisasi yang berinteraksi dengan individu dan juga lingkungan dalam mengatasi kontradiksi wajah organisasi yang muncul. Inovasi yang cepat pada UMK akan



dapat memungkinkan terciptanya pengetahuan baru yang berguna dalam mengembangkan produktivitas. Proses inovasi yang cepat akan mendorong UMK untuk berfikir kreatif dan dapat mengadopsi teknologi baru melalui sumber daya yang dimiliki agar dapat menciptakan pengetahuan baru dalam melakukan produksi sesuai kebutuhan pasar.

#### **4.4.3 Knowledge Creation dan Daya Saing**

Hasil pada uji hipotesis ketiga memperlihatkan bahwa *knowledge creation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMK kuliner di Yogyakarta dan Sleman. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur (path coefficient) bernilai positif sebesar 0,645, yang maka dari itu semakin baik kemampuan kecepatan inovasi yang dimiliki tentu mampu meningkatkan *creation* yang dimiliki UMK. Sedangkan nilai sebesar  $8,050 < 1,96$  pada t-statistik dan nilai sebesar  $0,000 < 0,05$  pada *p-value*, yang berarti signifikan. Oleh karena itu hipotesis 3 yang mengutarakan adanya pengaruh positif dan signifikan *knowledge creation* terhadap daya saing didukung oleh data.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Syahgita dan Nursyamsiah (2022) yang membuktikan bahwa *knowledge creation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing yang dimiliki UMK. Penciptaan pengetahuan baru yang efektif dan berkelanjutan akan dapat menjadi peran kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing. Menurut (Crescenzi et al., 2016) penciptaan pengetahuan mengarah pada sumber pengetahuan baru, yang meliputi pendekatan baru untuk memecahkan masalah dan

meningkatkan kinerja, metode kerja baru, produk baru, konsep baru, dan jalur pemikiran baru. Hal ini memungkinkan UMK dapat beradaptasi dengan perubahan, mengidentifikasi peluang baru, dan memberikan solusi yang inovatif untuk tantangan yang dihadapi pada pasar global. Dengan demikian, penciptaan pengetahuan harus menjadi bagian penting dari strategi bisnis suatu UMK yang berorientasi pada pasar dengan daya saing yang tinggi.

#### **4.4.4 Kecepatan Inovasi, *Knowledge Creation*, dan Daya Saing**

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa kecepatan inovasi menghasilkan pengaruh positif dan signifikan pada daya saing yang dimediasi *knowledge creation* pada UMK kuliner di Yogyakarta dan Sleman. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai positif sebesar 0,401 pada koefisien jalur (*path coefficient*) yang berarti semakin baik kemampuan kecepatan inovasi yang dimiliki akan mampu meningkatkan *knowledge creation* dan berdampak positif terhadap daya saing yang dimiliki UMK. Sedangkan nilai t-statistik sebesar  $6,384 > 1,96$  dan nilai p-value sebesar  $0,000 < 0,05$ , yang berarti signifikan. Dengan demikian hipotesis 4 yang menyatakan kecepatan inovasi berpengaruh positif dan signifikan kecepatan terhadap daya saing dengan dimediasi *knowledge creation* dengan didukung oleh data.

Hasil pada riset ini sejalan dengan riset sebelumnya yang dilakukan oleh Syahgita dan Nursyamsiah (2022) yang membuktikan bahwa kecepatan inovasi berpengaruh positif dan signifikan pada daya saing dengan dimediasi *knowledge creation* pada UMK. Kemampuan inovasi yang cepat dari UMK melalui sumber

daya dan kapasitas yang dipunya akan dapat menghasilkan pengetahuan baru yang efektif serta berkesinambungan. UMK yang berperan dalam penciptaan pengetahuan secara aktif dapat menciptakan produk dan layanan yang sepadan dengan apa yang konsumen butuhkan melalui respons pada perubahan lingkungan pasar dengan lebih cepat. Melalui pengetahuan yang diperoleh dari penciptaan pengetahuan membantu dalam perbaikan pengembangan produk dan layanan, kompetensi yang lebih mendalam mengenai pasar, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat pada kebutuhan pasar. Hal ini akan dapat menciptakan keunggulan daya saing tinggi yang membedakan UMK dari kompetitornya pada persaingan pasar bisnis yang cepat.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Persaingan dalam dunia bisnis yang cepat menuntut UMK untuk mempunyai daya saing yang kokoh dalam menjaga eksistensinya dalam kompetisi pasar melalui keahlian berinovasi secara cepat menciptakan produk dan menghasilkan pengetahuan baru. Kemampuan inovasi yang baik akan mampu menghasilkan penciptaan pengetahuan yang efektif dalam menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar dan daya saing. Penelitian ini menganalisis tentang pengaruh kecepatan inovasi terhadap *knowledge creation* (penciptaan pengetahuan) serta dampaknya dalam meningkatkan daya saing yang dimiliki UMK kuliner di Yogyakarta dan Sleman. Kuesioner yang disebarakan kepada responden sebesar 110 orang selanjutnya di analisis mengenakan aplikasi *SmartPLS* versi 3.0 dan didapatkan hasil penelitian dengan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kecepatan inovasi berdampak positif secara signifikan terhadap Daya Saing UMK kuliner di Yogyakarta dan Sleman. Oleh karena itu semakin baik kecepatan inovasi yang dimiliki, maka akan berdampak pada peningkatan daya saing pada UMK kuliner di Yogyakarta dan Sleman.
2. Kecepatan inovasi berdampak positif secara signifikan terhadap *knowledge creation* pada UMK kuliner di Yogyakarta dan Sleman. Oleh karena itu semakin baik kecepatan inovasi yang dimiliki, maka akan berdampak pada

peningkatan kemampuan penciptaan pengetahuan pada UMK kuliner yang ada di Yogyakarta dan Sleman.

3. *Knowledge creation* berdampak positif secara signifikan terhadap daya saing pada UMK kuliner di Yogyakarta dan Sleman. Oleh karena itu semakin baik kemampuan penciptaan pengetahuan, maka akan mampu meningkatkan daya saing pada UMK kuliner di Yogyakarta dan Sleman.
4. Kecepatan inovasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Daya Saing dengan dimediasi *knowledge creation* pada UMK kuliner yang ada di Yogyakarta dan Sleman. Dengan ini maka semakin baik kecepatan inovasi yang dimiliki, berdampak juga pada peningkatan *knowledge creation* dan berdampak positif dalam meningkatkan daya saing pada UMK kuliner di Yogyakarta dan Sleman.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Beberapa keterbatasan yang dimiliki berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini antara lain :

1. Pada penelitian ini hanya terbatas pada UMK pengolahan kuliner yang berada pada wilayah Kota Yogyakarta dan Sleman dengan sampel yang digunakan sebesar 110 orang yang telah memenuhi syarat sebagai responden yang mengisi kuesioner. Maka dari itu data yang diperoleh masih dapat dikembangkan dengan jumlah responden yang lebih besar, mengingat Kota Yogyakarta dan Sleman merupakan kota pelajar yang memiliki pelaku UMK kuliner yang banyak.

2. Perolehan data pada penelitian ini diperoleh dari persebaran kuesioner dalam bentuk pertanyaan tertutup sesuai dengan pengukuran indikator variabel. Dengan demikian, responden hanya dapat mengisi jawaban sesuai dengan pertanyaan dan pilihan yang disediakan pada kuesioner. Hal ini belum mampu menghimpun informasi terkait variabel penelitian yang belum tercantum pada pertanyaan kuesioner.
3. Hanya satu variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini yaitu kecepatan inovasi, dengan demikian informasi yang diberikan dalam meningkatkan *knowledge creation* dan daya saing pada UMK kuliner masih sangat terbatas.

### **5.3 Saran dan Implikasi Manajerial**

Menurut hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, terdapat beberapa saran dari peneliti yang mampu disampaikan yaitu:

1. Berdasarkan hasil pada studi ini, diharapkan dapat digunakan oleh pelaku UMK kuliner di Kota Yogyakarta dan Sleman sebagai masukan literasi dan informasi tentang pentingnya memiliki kemampuan inovasi yang cepat sesuai dengan sumber daya yang dimiliki. Hal ini dikarenakan dengan kemampuan kecepatan inovasi, akan mampu memperoleh penciptaan pengetahuan baru yang efektif dan efisien dalam produktivitas, serta berdampak positif dalam meningkatkan kemampuan daya saing yang dimiliki.
2. Pelaku UMK kuliner di Yogyakarta dan Sleman juga diharapkan dapat melakukan riset pasar dan pelanggan untuk mengetahui tren makanan yang

sedang diminati oleh pasar. Selanjutnya, akan dapat diperoleh informasi yang akurat dalam menentukan inovasi untuk penciptaan produk baru yang sesuai dengan minat pelanggan.

3. Yang diharapkan pada penelitian selanjutnya yaitu dapat mengembangkan penggunaan responden pada latar belakang ruang lingkup yang berbeda dan dengan skala responden yang lebih besar. Penelitian selanjutnya diharapkan juga mampu menambahkan metode wawancara langsung pada responden dengan bentuk pertanyaan terbuka. Dengan demikian akan dapat memperoleh informasi yang lebih baik dalam menggambarkan kondisi di lapangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajitabh, A. & Momaya, K., 2004, *Competitiveness of Firms: Review of Theory, Frameworks and Models*. Singapore Management Review, 26(1), pp.45-61
- Alavi, M. & Leidner, D.E. 2001. *Review: Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues*, MIS Quarterly. (25:1). pp. 107-136.
- Baregheh, A., Rowley, J., Sambrook, S. & Davies, D, 2012, *Food Sector SMEs and Innovation Types*”, British Food Journal , Vol. 114 No. 11, pp. 1640-1653.
- Chen, J., Reilly, R. R., & Lynn, G. S. 2005, *The Impacts of Speed-to-Market On New Product Success: The Moderating Effects of Uncertainty*. IEEE Transactions on Engineering Management, 52(2), 199-212
- Crescenzi, R., Gagliardi, L., & Percoco, M. 2013. *Social Capital and the Innovative Performance of Italian Provinces*. *Environment and Planning A*, 45 (4), 908-929.
- Djumilah, H., Sunaryo, S. And Sudjatno, S., 2017. *The roles of local government in moderating the correlation between innovation speed and and the competitiveness of food Small and medium-sized enterprises (SME) in Malang, Indonesia*. Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences 62(2), pp.42-54.
- Freeman, C., 2004. *The economics of industrial*. 3rd Ed. Taylor and Francis Group, London. Guilford, J.P., 1976. Aptitude for creative thinking: One or many?. *The Journal of Creative Behavior*, 5:165–169.
- Ghozali, Imam dan Hengky Latan (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang
- Hair J, Black, W, Babin, B, Anderson, R, 2011, *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.



- Hutahayan, B. & Yufra, S, 2019, *Innovation speed and competitiveness of food small and medium-sized enterprises (SME) in Malang, Indonesia*, *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(5), pp. 1152–1173. doi:10.1108/jstpm-12-2017-0071.
- Kessler, E. H., Allocca, M. A., & Rahman, N. (2007). *External knowledge accession and innovation speed in the small and medium sized enterprise (SME)*. *Small Enterprise Research*, 15(1), 1–21.
- Kusumawati, Ratna. 2010, *Pengaruh Karakteristik Pimpinan Dan Inovasi Produk Baru Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*. AKSES: Jurnal Ekonomi Bisnis Vol. 5(1): 53–64.
- Lai, Y.-L., Hsu, M.-S., Lin, F.-J., Chen, Y.-M., & Lin, Y.-H. (2014). *The effects of industry cluster knowledge management on innovation performance*. *Journal of Business Research*
- Muhardi, Strategi Operasi Untuk Keunggulan Bersaing, Garaha Pustaka, Yogyakarta, 2007
- Nisfiannoor, M, 2009, *Pendekatan Statistika Modern*. Jakarta: Salemba Huamanika
- Nonaka, I. and R. Toyama 2003, *The knowledge-creating theory revisited: knowledge creation as a synthesizing process,* Knowledge Management Research & Practice, 1, 2–10.
- Porter, Michael E, 2012, *Competitive Advantage*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Putri, A.I. (2020). *Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing Dengan Creative destruction Sebagai Mediator Pada UMKM Pengolahan Pangan di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Sampurno, 2007, *Peran Aset Nirwujud Pada Kinerja Perusahaan: Studi Industri Farmasi Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta

- Sarstedt, M., C. M. Ringle, dan J.F. Hair. 2017, *Partial Least Squares Structural Equation Modeling*, Springer International Publishing, Homburg
- Sekaran, Uma., & Bougie, R. 2016, *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th Ed), United Kingdom: Wiley.
- Sukmawati, A, Ma'arif M, Mudikjo, K, Hardjomidjojo, H, & Indrasti N, 2008, *Pembentukan Model Penciptaan Pengetahuan (Knowledge Creation) dalam Mendorong Inovasi pada Koperasi Susu di Indonesia : Suatu Studi Konfirmatori*. Bogor : Media Peternakan.
- Yufra, S, Djumilah, H, Sunaryo, S, & Sudjatno S, (2019), *Creative destruction and knowledge creation as the mediation between innovation speed and competitiveness of food small and medium-sized enterprises in Malang, Indonesia*.
- Svetina, A.C. & Prodan, I, 2008, *How Internal and External Sources of Knowledge Contribute to Firms' Innovation Performance* , *Managing Global Transitions*, University of Primorska, Faculty of Management Koper, vol. 6(3), pages 277-299.
- Syahgita D, & Nursyamsiah, S, 2022, *Pengaruh Kecepatan Inovasi dan Penciptaan Pengetahuan terhadap Daya Saing UMKM*, *Selekta Manajemen*, Universitas Islam Indonesia.
- Tallman, S, Jenkins, S, M, Henry, N, & Pinch, S, 2004, *Knowledge, clusters, and competitive advantage*. *Academy of Management Review*, 29(2):258-271.
- Tidd, J. and Bessant, J. 2009, *Managing Innovation, Integrating Technological, Market, and Organizational Change*. 4th edn. West Sussex: John Wiley & Sons, Ltd.
- Vanpoucke, E., Vereecke, A., & Boyer, K. K. 2014, *Triggers and patterns of integration initiatives in successful buyer-supplier relationships*. *Journal of Operations Management*, 32(1), 15–33

Wang, Z, Sharma, P.N. & Cao, J, 2016, *From Knowledge Sharing to Firm Performance: A Predictive Model Comparison*, Journal of Business Research, 69(10), pp.4650-4658.

## LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1.KUESIONER PENELITIAN

#### Bagian 1. Pembukaan

Assalamualaikum Wr,Wb

Perkenalkan, saya Satya Laksana Firmansyah, mahasiswa Program Studi Manajemen tingkat akhir di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian guna menyelesaikan tugas akhir saya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing yang Dimediasi oleh *Knowledge Creation* pada UMK di bidang *Food and Beverage (F&B)* di Kota Yogyakarta. Berkaitan dengan hal tersebut, saya selaku peneliti mengharapkan kesediaan saudara/i untuk menjadi responden dalam penelitian saya dengan mengisi kuisisioner ini. Responden yang saya butuhkan adalah seseorang yang mempunyai usaha atau bekerja di UMK dalam bidang *F&B*. Seluruh data responden hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaanya.

Atas kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya dan objektif akan sangat berarti bagi penelitian ini.

Terima kasih atas bantuan dan kesedian Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini. Semoga kebaikan Bapak/Ibu/Saudara/i mendapat balasan dan Pahala dari Tuhan YME.

Wassalamualaikum Wr.Wb

#### INFORMASI DAN PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Kuesioner ini terdiri dari 4 (empat) bagian sebagai berikut:

Bagian 1: Data Profil Usaha

Bagian 2: Kuesioner sebanyak 3 pernyataan mengenai Kecepatan Inovasi

Bagian 3: Kuesioner sebanyak 4 pernyataan mengenai *knowledge creation*

Bagian 4: Kuesioner sebanyak 6 pernyataan mengenai Daya Saing

Saudara/i diminta untuk memilih salah satu jawaban yang paling tepat, dengan memberi tanda *check list* (√) pada kolom jawaban yang tersedia.

Keterangan jawaban kuisioner:

1. Sangat Tidak Setuju (STS), Skor = 1
2. Tidak Setuju (TS), Skor = 2
3. Netral (N), Skor = 3
4. Setuju (S), Skor = 4
5. Sangat Setuju (SS), Skor = 5

## **Bagian 2. Data Profil Usaha**

1. Nama Usaha : .....

2. Usia Usaha

- a. <1 Tahun                      b. 1-3 tahun                      c. 3- 5 tahun                      d. >5 Tahun

3. Bidang Usaha yang dijalankan :

- a. Minuman                      b. Makanan                      c. Makanan & Minuman

4. Omzet (pendapatan dalam 1 tahun) :

- a. < 300 juta    b. 300 juta – 2,5 Milyar                      c. 2,5 – 5 Milyar                      d. Lain- lain

5. Jumlah Karyawan \*) :

a. < 5 orang

b. 5 – 10 orang

c. > 10 orang

\*) Lingkari yang perlu

### Bagian 3. Kecepatan Inovasi

No	Daftar Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Usaha saya mewujudkan ide inovasi lebih cepat dari rencana					
2	Usaha saya meluncurkan produk baru ke pasar sesuai dengan rencana					
3	Usaha saya melakukan inovasi pada produk lebih cepat dibandingkan sebelumnya					

### Bagian 4. Knowledge Creation

#### Sosialisasi

No	Daftar Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Dengan melakukan inovasi, usaha kami menciptakan pengetahuan baru dalam bisnis					

#### Eksternalisasi

No	Daftar Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Dengan merealisasikan inovasi, kami dapat membagikan pengetahuan kepada pekerja atau mitra bisnis					

#### Kombinasi

No	Daftar Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Dengan merealisasikan inovasi, bisnis kami memiliki nilai yang lebih baik dari sebelumnya					

Internalisasi

No	Daftar Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Dengan merealisasikan inovasi, bisnis kami memiliki prosedur/SOP yang lebih baik					

**Bagian 5. Daya Saing**

Profitabilitas

No	Daftar Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Dengan adanya inovasi, keuntungan atau laba usaha saya meningkat.					
2	Dengan adanya inovasi, modal usaha saya meningkat.					
3	Dengan adanya inovasi nilai aset atau kekayaan usaha saya meningkat .					

Produktivitas

No	Daftar Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Usaha saya mencapai target produksi yang diharapkan.					
2	Usaha saya mampu meningkatkan jumlah produksi dibandingkan sebelumnya.					
3	Usaha saya mampu menawarkan produk dengan kualitas yang melebihi harapan pelanggan.					

**LAMPIRAN 2. DAFTAR DATA PROFIL RESPONDEN**

No	Nama Usaha	Usia Usaha	Bidang	Omzet	Jumlah Karyawan

1	Kopihilo	<1 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
2	Wakenecafe	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	<5 Orang
3	Mas jahe	1-3 tahun	minuman	300 Juta - 2,5 Milyar	5-10 Orang
4	Pizza times	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	<5 Orang
5	Kumpeni Burgers	1-3 tahun	makanan & minuman	300 Juta - 2,5 Milyar	5-10 Orang
6	Neverland	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	<5 Orang
7	Ovensent	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	<5 Orang
8	Cengkir	3-5 tahun	makanan & minuman	300 Juta - 2,5 Milyar	>10 Orang
9	Bakso & Mie Ayam Pak Unyil	>5 tahun	makanan & minuman	300 Juta - 2,5 Milyar	<5 orang



10	Seblak Bloom Sapen	3-5 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
11	Habibi Minang	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
12	Ayam Super Fried Chicken Sapen	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
13	Ayam Bakar Bu Aminto	3-5 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
14	Es Teller Gorillaz	>5 tahun	minuman	< 300 Juta	<5 orang
15	Warung Makan Ummi	3-5 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
16	Bakmie Kawan Lama	3-5 tahun	makanan & minuman	300 Juta - 2,5 Milyar	5-10 Orang
17	Degan Jumbo Sapen	1-3 tahun	minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
18	Warung Makan Bakso Sapen	1-3 tahun	makanan & minuman	300 Juta - 2,5 Milyar	5-10 Orang
19	Delima Juice	1-3 tahun	minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
20	Martabak Sampoerna	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	<5 orang

21	UInique Resto	>5 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
22	Zona Cemilan	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
23	Ikan Bakar Marine Fish	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
24	Coldheart	1-3 tahun	minuman	300 Juta - 2,5 Milyar	>10 orang
25	Toko Snack Bu Wiwik	>5 tahun	makanan	300 Juta - 2,5 Milyar	>10 orang
26	Burjo Reneo	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	>10 orang
27	Mendoan bocil	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	<5 orang
28	Searah	1-3 tahun	minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
29	Pisang Coklat Lumer Jawara	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
30	Cocky Sugar	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang

31	Pisang Boulevard	Rasa	<1 Tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
32	Orlo Coffee		<1 Tahun	minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
33	Jelly Gar		<1 Tahun	minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
34	Sosis Bakar Tara		<1 Tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
35	Maumau lagi		1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
36	Sate Ayam Cah Ahmad		1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
37	Pentol Kims		<1 Tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
38	Sate Cak Idy		1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
39	Es Teh Sukaku		<1 Tahun	minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
40	Juice Qta		1-3 tahun	minuman	< 300 Juta	5-10 Orang

41	Si Tahu Giri	<1 Tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
42	Bakso& Mie Ayam Bakroka Mas Dwi	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
43	Es Teh Jumbo Rama	<1 Tahun	minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
44	Syifa Risol Mayo	<1 Tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
45	Plecing Kangkung	<1 Tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	>10 orang
46	Mochi Rasa	<1 Tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
47	Soto Bu Kini	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
48	Warung Makan Ayu Sakti	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
49	Shou Dimsum	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang

50	Chicken Flavour Krezz	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
51	Adan Juice	1-3 tahun	minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
52	Juice Point	1-3 tahun	minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
53	Martabak Alam Baru	<1 Tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
54	Nagih Janji Café	<1 Tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
55	D'Khansa Catering	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
56	Mayess Kitchen	<1 Tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
57	Crisbar Kitchen	<1 Tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
58	Sempol Ayam dan Telur Gulung Nasha	<1 Tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
59	Roti Bakar Mutiara	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang

60	Camilan JJ Snack	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
61	Batagor dan Siomay Sapen	<1 Tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
62	De Fresh Teh Manis Solo	<1 Tahun	minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
63	Kopi Benawi	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
64	Teasaurus	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
65	Angkringan 57 Sapen	<1 Tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
66	Ketoprak Senja Malam	<1 Tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
67	Rizky Kebab	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang

68	Sambal Bakar Haji Umar	<1 Tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
69	Kedai Cinta	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
70	Kue Balok Parikesit	<1 Tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
71	Tiga Dara Frozen Food	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
72	Warung Mas Teguh	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
73	Warung Soto Pak Aris	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
74	Donat Kentang Bangjo	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
75	AlterSpace	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
76	Bakmi Jowo Pak Yo	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang

77	Pukis Abizz	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
78	Sambal Bacok Nampoll	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
79	Saikiwae Ramen	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
80	Kedai Dibakari	<1 Tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
81	Warung Nabilla	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
82	Bakwan Kawi Habi 01	<1 Tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
83	Angkringan Pak Kadi	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
84	Cikis Cake And Bakery	1-3 Tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
85	Kopi Kali Sarjem	1-3 Tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang



86	Mie Ayam Yamin Pak Sugeng	<1 Tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
87	Chicken Sky Maraja	>1 Tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
88	Warung makan Sido Makmur	1-3 Tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
89	Warung Makan Gumanti	<1 Tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
90	Sate Ayam Mak E	1-3 Tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
91	Mie Ayam Jawara	1-3 Tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
92	Roti Bakar dan Kukus Damagi Roda	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
93	Ayam Geprek Mbah Noto	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang

94	Hotaru Ramen	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
95	Cake Susu Moo	<1 Tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
96	Tegal Roso	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
97	Gudeg Bu Ida	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
98	Bakmi Godhog Pak Warso	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
99	Inspira Roaster	1-3 tahun	minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
100	Aa' Cake & Cookies	<1 Tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
101	Sebotol Minuman	<1 Tahun	minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
102	Tahu Walik Om Ta	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
103	Siomay & Batagor Mentari	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang

104	Bang Aji Kebab	<1 Tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
105	Sate Padang Minang	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
106	Nasi Goreng Kebuli Matdewo	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
107	Cilok Kojek Mbak Panca 2	1-3 tahun	makanan	< 300 Juta	5-10 Orang
108	Warmindo Topana	1-3 tahun	makanan & minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
109	Es Teh Tonjo	<1 Tahun	minuman	< 300 Juta	5-10 Orang
110	Es Teh Solo Tomboharjo	<1 Tahun	minuman	< 300 Juta	5-10 Orang

### LAMPIRAN 3. DAFTAR DATA VARIABEL

	Kecepatan Inovasi			Knowledge Creation				Daya Saing					
	KI1	KI2	KI3	KC1	KC2	KC3	KC4	DS1	DS2	DS3	DS4	DS5	DS6
1	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5
2	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	2

3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3
4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4
5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4
6	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4
7	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3
8	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
9	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
10	3	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
11	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5
12	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	3
13	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4
14	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3
15	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3
16	3	3	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5
17	4	5	5	5	4	5	5	4	3	3	4	4	3
18	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4
19	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4
20	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3
21	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	2
22	3	2	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3
23	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4
24	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4
25	4	5	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4
26	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3
27	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	2
28	3	2	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3
29	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4
30	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4
31	4	5	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4
32	4	4	3	3	4	4	3	2	3	2	2	3	2
33	2	3	3	3	2	3	2	4	3	4	3	3	4
34	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5
35	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4
36	4	5	5	4	5	3	3	4	3	3	3	3	3
37	3	3	4	3	4	4	4	2	3	2	2	3	2
38	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4
39	3	3	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	5

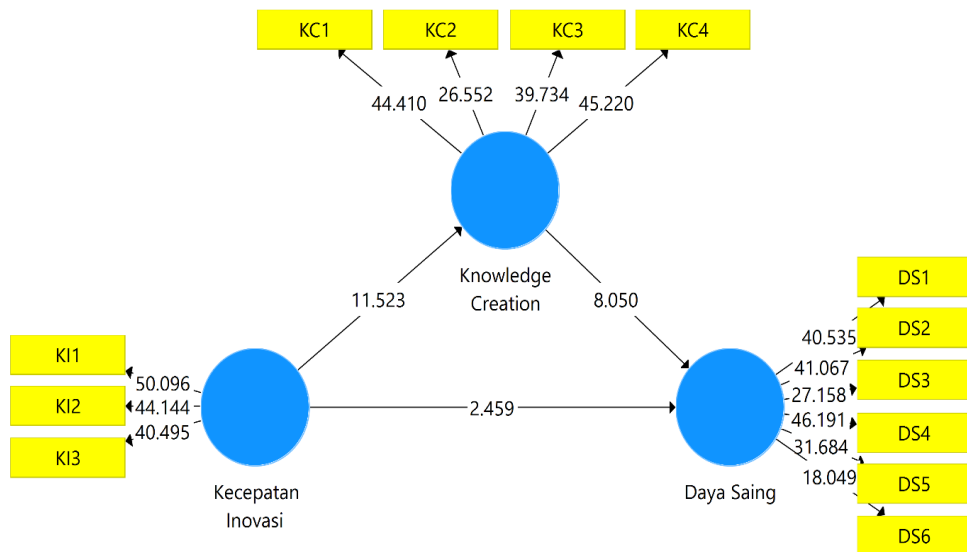
40	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4
41	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
42	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4
43	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2
44	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5
45	4	4	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	4
46	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3
47	3	4	4	3	3	4	3	4	5	5	5	5	5
48	4	4	5	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4
49	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4
50	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3
51	2	3	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	2
52	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
53	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3
54	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2
55	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4
56	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5
57	2	2	2	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3
58	4	4	4	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3
59	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5
60	2	2	2	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3
61	4	4	4	2	3	3	2	5	4	4	5	5	4
62	3	3	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3
63	5	4	5	4	3	3	4	5	3	4	4	3	4
64	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4
65	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
66	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5
67	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3
68	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3
69	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
70	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5
71	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4
72	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4
73	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5
74	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
75	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3
76	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4

77	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3
78	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
79	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4
80	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3
81	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
82	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4
83	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5
84	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4
85	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
86	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
87	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3
88	3	4	4	2	3	3	2	3	3	3	4	2	3
89	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4
90	5	5	5	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4
91	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	3
92	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4
93	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5
94	4	4	3	3	4	4	4	2	3	2	2	3	2
95	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4
96	3	3	2	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5
97	3	4	4	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3
98	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
99	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
100	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
101	5	5	4	5	4	4	5	3	4	3	3	4	3
102	4	3	3	4	4	3	3	4	5	4	5	5	5
103	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5
104	3	4	3	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4
105	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5
106	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	3
107	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	3
108	3	4	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4
109	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4
110	3	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5

**LAMPIRAN 4. UJI OUTER MODEL DI SMARTPLS 3.0**

- *Convergent Validity*

	Kecepatan Inovasi	Knowledge Creation	Daya Saing	Keterangan
KI1	0.885			Valid
KI2	0.880			Valid
KI3	0.876			Valid
KC1		0.867		Valid
KC2		0.800		Valid
KC3		0.851		Valid
KC4		0.881		Valid
DS1			0.848	Valid
DS2			0.846	Valid
DS3			0.820	Valid
DS4			0.884	Valid
DS5			0.796	Valid
DS6			0.760	Valid



- *Discriminant Validity*

Fornell-Larcker Criterion

	Daya Saing	Kecepatan Inovasi	Knowledge Creation
Daya Saing	<b>0.827</b>		

<b>Kecepatan Inovasi</b>	<b>0.576</b>	<b>0.880</b>	
<b>Knowledge Creation</b>	<b>0.754</b>	<b>0.622</b>	<b>0.850</b>

Cross Loading

	<b>Kecepatan Inovasi</b>	<b>Knowledge Creation</b>	<b>Daya Saing</b>
<b>KI1</b>	0.885	0.565	0.540
<b>KI2</b>	0.880	0.536	0.486
<b>KI3</b>	0.876	0.540	0.494
<b>KC1</b>	0.516	0.867	0.690
<b>KC2</b>	0.477	0.800	0.604
<b>KC3</b>	0.595	0.851	0.641
<b>KC4</b>	0.523	0.881	0.626
<b>DS1</b>	0.569	0.626	0.848
<b>DS2</b>	0.519	0.687	0.846
<b>DS3</b>	0.376	0.586	0.820
<b>DS4</b>	0.497	0.657	0.884
<b>DS5</b>	0.468	0.648	0.796
<b>DS6</b>	0.407	0.511	0.760

- *Indicator Reliability dan Internal Consistency Reliability*

	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>rho_A</b>	<b>Composite Reliability</b>	<b>Average Variance Extracted (AVE)</b>
<b>Kecepatan Inovasi</b>	<b>0.855</b>	<b>0.856</b>	<b>0.912</b>	<b>0.775</b>
<b>Knowledge Creation</b>	<b>0.872</b>	<b>0.874</b>	<b>0.913</b>	<b>0.723</b>
<b>Daya Saing</b>	<b>0.907</b>	<b>0.912</b>	<b>0.928</b>	<b>0.683</b>

LAMPIRAN 5. UJI MODEL DI SMARTPLS 3.0

- *Path Coefficients*

	<b>Daya Saing</b>	<b>Kecepatan Inovasi</b>	<b>Knowledge Creation</b>
<b>Daya Saing</b>			



<b>Kecepatan Inovasi</b>	0.175		0.622
<b>Knowledge Creation</b>	0.645		

- *Coefficient of Determination (R-Squares)*

	<b>R Square</b>	<b>R Square Adjusted</b>
<b>Knowledge Creation</b>	0.387	0.381
<b>Daya Saing</b>	0.587	0.580

- *Uji Hipotesis (Bootstrapping)*

	<b>Original Sample (O)</b>	<b>Sample Mean (M)</b>	<b>Standard Deviation (STDEV)</b>	<b>T Statistics ( O/STDEV )</b>	<b>P Values</b>
<b>Kecepatan Inovasi -&gt; Daya Saing</b>	0.175	0.174	0.071	2.459	<b>0.014</b>
<b>Kecepatan Inovasi -&gt; Knowledge Creation</b>	0.622	0.625	0.054	11.523	<b>0.000</b>
<b>Knowledge Creation -&gt; Daya Saing</b>	0.645	0.650	0.080	8.050	<b>0.000</b>

- *Pengaruh Mediasi*

	<b>Original Sample (O)</b>	<b>Sample Mean (M)</b>	<b>Standard Deviation (STDEV)</b>	<b>T Statistics ( O/STDEV )</b>	<b>P Values</b>
<b>Kecepatan Inovasi -&gt; Knowledge Creation -&gt; Daya Saing</b>	0.401	0.407	0.063	6.384	<b>0.000</b>

- *Predictive Relevance (Q-Square)*

	SSO	SSE	Q <sup>2</sup> (=1-SSE/SSO)
<b>Daya Saing</b>	660.000	402.102	0.391
<b>Kecepatan Inovasi</b>	330.000	330.000	
<b>Knowledge Creation</b>	440.000	318.550	0.276

- Model Fit (*NFI*)

	Saturated Model	Estimated Model
<b>SRMR</b>	0.061	0.061
<b>d_ULS</b>	0.342	0.342
<b>d_G</b>	0.217	0.217
<b>Chi-Square</b>	142.975	142.975
<b>NFI</b>	0.855	0.855



FAKULTAS  
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja  
Universitas Islam Indonesia  
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283  
T. (0274) 881546, 885376  
F. (0274) 882589  
E. fbe@uii.ac.id  
W. fbe.uii.ac.id

## BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

*Bismillahirrahmanirrahim,*

Pada Semester Genap 2023/2024, hari Kamis, tanggal 07 Maret 2024, Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir yang disusun oleh:

Nama : Satya Laksana Firmansyah  
No. Mahasiswa : 17311230  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing UMK : Peran Mediasi Knowledge Creation  
Pembimbing : Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M.

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

### **Lulus Ujian Tugas Akhir**

Nilai : A/B  
Referensi : Tidak Layak ditampilkan di Perpustakaan

#### **Tim Penguji:**

Ketua Tim : Dessy Isfianadewi, Dr., S.E., M.M.  
Anggota Tim : Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M.

Yogyakarta, 13 Maret 2024

Ketua Program Studi Manajemen,



Abdur Rafik, SE., M.Sc.  
NIK. 133110105

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR**

**TUGAS AKHIR BERJUDUL**

**PENGARUH KECEPATAN INOVASI TERHADAP DAYA SAING UMK : PERAN MEDIASI  
KNOWLEDGE CREATION**

Disusun oleh : Satya Laksana Firmansyah

Nomor Mahasiswa : 17311230

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus  
pada hari, tanggal: Kamis, 07 Maret 2024

Penguji/Pembimbing TA : Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M.

Penguji : Dessy Isfianadewi, Dr., S.E., M.M.

Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, SE., M.Si., Ph.D.