

TESIS

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI
TERHADAP KINERJA UMKM DENGAN KEUNGGULAN BERSAING
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI : ANALISIS DI UMKM INDUSTRI
KULINER DI PAJANGAN KABUPATEN BANTUL**



Disusun Oleh:

Bagas Nalendro Ikhsan Sandityo

NIM 19911057

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2023

HALAMAN PENGESAHAN



Yogyakarta,

Telah diterima dan disetujui dengan
baik oleh :

Dosen Penguji I

A handwritten signature in black ink, consisting of a long diagonal stroke followed by a series of smaller, connected loops and a final horizontal stroke.

Prof. Dr. Muafi, SE., M.Si.

Dosen Penguji II

A handwritten signature in black ink, featuring a large, sweeping horizontal stroke with several vertical and diagonal strokes intersecting it.

Anjar Priyono, SE., M.Si., Ph.D

BERITA ACARA UJIAN TESIS

Pada hari Kamis tanggal 18 Januari 2024 Program Studi Magister Manajemen,
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia telah mengadakan

ujian tesis yang disusun oleh :

BAGAS NALENDRO IKHSAN SANDITYO

No. Mhs. : 19911057

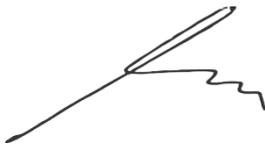
Konsentrasi : Manajemen Strategik

Dengan Judul:

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI
TERHADAP KINERJA UMKM DENGAN KEUNGGULAN BERSAING
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI : ANALISIS DI UMKM INDUSTRI
KULINER DI PAJANGAN KABUPATEN BANTUL**

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

Penguji I



Prof. Dr. Muafi, SE., M.si

Penguji II



Anjar Priyono, SE., M.Si., Ph.D



Mengetahui

Ketua Program Studi Magister Manajemen,

Anjar Priyono, SE., M.Si., Ph.D

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (magister), baik di Universitas Islam Indonesia maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah merupakan gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Program “Software” komputer yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya, bukan tanggung jawab Universitas Islam Indonesia.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Tertanda,



Bagas Nalendro Ikhsan Suidityo

19911057

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena hanya dengan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan Tesis ini. Dan tak lupa pula Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, sang pembawa kabar gembira dan sebaik-baiknya tauladan bagi yang mengharap Rahmat dan Hidayah-Nya.

Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, dengan judul “ Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi : Analisis Di UMKM Industri Kuliner Di Pajangan Kabupaten Bantul”.

Penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof., Dr. Muafi SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Utama, yang telah memberikan bimbingan, ilmu, serta arahan dan masukan dalam penulisan tesis ini.
2. Bapak Anjar Priyono S.E., M.Si., Ph.D., CMPM. selaku Ketua Program Studi Pasca Sarjana Magister Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
3. Kedua orang tua saya, Bapak Drs. Sudadi dan Ibunda Dra. Trisanti Iriani, yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan dalam sekolah magister manajemen. Terima kasih atas kasih sayang yang selama ini telah dicurahkan untukku.

4. Kakak tercinta dr. Andromeda Murraya Putri, M.H.Kes., yang telah membantu ku dalam perjuangan hidupku, termasuk penyelesaian sekolah magister.
5. Kakak dr. Widya Lestari alias Gendhot, yang telah banyak membantuku dalam banyak hal.
6. Sahabat baikku, Radityo Wicaksono, Mutiara Lalitya, Tante Ida Dewi, dan Mas Agung Danu Tantoro yang selalu menyemangati kuliah.

Akhir kata penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas semua kesalahan yang pernah penulis buat baik dengan sengaja maupun tidak sengaja. Penulis juga menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, saran beserta kritikan yang membangun sangat diharapkan. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semuanya.

Yogyakarta, 13 Desember 2023

Penulis

DAFTAR ISI

TESIS	i
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
DAFTAR ISI	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. UMKM	12
2.2.2. Orientasi Kewirausahaan.....	13
2.2.3. Inovasi	17
2.2.4. Keunggulan Bersaing	20
2.2.5. Kinerja UMKM.....	23
2.3. Hipotesis	29
2.4. Kerangka Berpikir	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1. Jenis Penelitian.....	37
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian	37
3.3. Objek dan Subjek Penelitian	37
3.4. Populasi dan Sampel.....	38
3.4.1. Populasi	38
3.4.2. Sampel.....	38
3.5. Jenis Data.....	39
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	40

3.7. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
3.8. Uji Kualitas Instrument.....	44
3.9. Teknik Analisis Data	46
3.9.1. Analisis Deskriptif	46
3.9.2. Analisis karakteristik Responden	46
3.9.3. Analisa Structural Equation Modelling (SEM).....	46
3.9.4. Partial Equation Model (PLS).....	47
3.9.5. Analisis SEM dengan Efek Mediasi.....	50
4.1 Hasil penelitian.....	51
4.1.1 Karakteristik Deskriptif Responden Penelitian.....	51
4.1.2 Analisis Kuantitatif	52
4.2 Pembahasan.....	63
4.2.1 Data Deskriptif.....	63
4.2.2 Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM Kuliner di Yogyakarta.....	63
4.2.3 Pengaruh inovasi terhadap kinerja UMKM Kuliner di Yogyakarta.....	65
4.2.4 Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner di Yogyakarta.....	66
4.2.5 Pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner di Yogyakarta	67
4.2.6 Pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja UMKM Kuliner di Yogyakarta	68
4.2.7 Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja dimediasi keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi	69
4.2.8 Pengaruh inovasi terhadap kinerja dimediasi keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi	71
5.1. Kesimpulan	73
5.2. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir	36
Gambar 2. Pengujian Model Pengukuran	53
Gambar 3. Hasil Uji Hipotesis.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kisi-Kisi variable	44
Tabel 2. Jenis Kelamin Responden	51
Tabel 3. Usia Responden.....	51
Tabel 4. Pendidikan Responden.....	52
Tabel 5. Pendapatan Responden	52
Tabel 6. Hasil Uji Convergent Validity – Loading Factor	54
Tabel 7. Nilai Cross Loading.....	56
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas – Composite Reliability	57
Tabel 9. Hasil Pengujian Goodness ofFit	58
Tabel 10. Uji Hipotesis.....	59

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1) menguji dan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi UMKM di Yogyakarta, 2) menguji dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap kinerja UMKM di Yogyakarta, 3) menguji dan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM di Yogyakarta, 4) menguji dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM di Yogyakarta, 5) menguji dan menganalisis pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja UMKM di Yogyakarta, 6) menguji dan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi terhadap kinerja dimediasi keunggulan bersaing, 7) menguji dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap kinerja dimediasi keunggulan bersaing..

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dengan menggunakan nonprobability sampling dengan teknik insidental sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan angket.

Hasil penelitian didapatkan bahwa 1) terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM, 2) terdapat pengaruh inovasi terhadap kinerja UMKM, 3) terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing, 4) terdapat pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing, 5) terdapat pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja UMKM, 6) terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM dimediasi keunggulan bersaing, 7) terdapat pengaruh inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM dimediasi keunggulan bersaing

Kata Kunci: orientasi kewirausahaan dan inovasi, kinerja UMKM, keunggulan bersaing;

ABSTRACT

This research aims to 1) test and analyze the influence of entrepreneurship on MSME innovation in Yogyakarta, 2) test and analyze the influence of innovation on the performance of MSMEs in Yogyakarta, 3) test and analyze the influence of entrepreneurship on the competitive advantage of MSMEs in Yogyakarta, 4) test and analyze the influence innovation on the competitive advantage of MSMEs in Yogyakarta, 5) test and analyze the influence of competitive advantage on the performance of MSMEs in Yogyakarta, 6) test and analyze the influence of entrepreneurial orientation, innovation on performance mediated by competitive advantage, 7) test and analyze the influence of innovation on performance mediated by competitive advantage.

The type of research used in this research uses survey research. The technique used in sampling uses nonprobability sampling with incidental sampling techniques. The data collection methods used were observation and questionnaires.

The research results obtained that 1) there is an influence of entrepreneurial orientation on the performance of MSMEs, 2) there is an influence of innovation on the performance of MSMEs, 3) there is an influence of entrepreneurial orientation on competitive advantage, 4) there is an influence of innovation on competitive advantage, 5) there is an influence of competitive advantage on performance of MSMEs, 6) the influence of entrepreneurship has a significant influence on the performance of MSMEs mediated by competitive advantage, 7) there is an influence of innovation that has a significant influence on the performance of MSMEs mediated by competitive advantage

Keywords: entrepreneurial orientation and innovation, MSME performance, competitive advantage;

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi yang berubah dengan cepat menuntut setiap pelaku usaha untuk selalu beradaptasi dengan pola perubahan yang ada agar tetap bersaing. Ketertarikan ini tidak mengherankan karena inovasi dinilai sebagai strategi diferensiasi terpenting untuk memperoleh keunggulan bersaing di pasar. Konsep inovasi diartikan sebagai proses atau struktur manajemen yang baru yang diproduksi di suatu perusahaan. Persaingan yang semakin ketat dan kemajuan teknologi yang tak terhindarkan menyebabkan suatu produk tumbuh ke suatu titik di mana produk akan sulit dibedakan satu sama lain. Tantangan ini menciptakan peluang signifikan untuk mendukung pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi modern dan usaha dari pengusaha.

Kewirausahaan dapat diartikan sebagai karakteristik yang dipunyai oleh individu pengusaha ketika melaksanakan aktivitas secara efektifitas dan efisiensi untuk menggapai tujuannya yang dikehendaki. Individu seorang pengusaha pada prinsip ketika membuat usaha harus dapat melewati hambatan, memberikan ide/gagasan dan inovasi terbaru mempunyai keunggulan ketika menghadapi para pesaing, atau bisa dikatakan individu pengusaha harus bisa melakukan perubahan gagasan/ide agar handal dan unggul dalam menghadapi pesaing. Salah satu yang menjadi potensi

kewirausahaan yang ada di tiap daerah adalah keberadaan Usaha Kecil Menengah (UKM).

UKM merupakan adalah bidang yang berkaitan dengan draft kewirausahaan. yang sering dikaitkan dengan konsep kewirausahaan. UKM bertindak sebagai mesin pembangunan ekonomi. UKM menciptakan peluang kerja baru, mengurangi ketimpangan pendapatan dan mengentaskan kemiskinan. Keberhasilan atau kegagalan UKM bergantung pada kegiatan di dalam dan luar, dukungan pemerintah, publisitas, penelitian dan pengembangan, manajemen tenaga kerja, dan lain sebagainya. Bagi negara berkembang seperti Indonesia, bisnis UKM diperlukan untuk menciptakan swasembada bagi masyarakat. Pemerintah telah menyatakan UKM merupakan industri yang diprioritaskan untuk mengembangkan dan memanfaatkan tenaga kerja. Meskipun memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian, industri ini menghadapi banyak tantangan karena terbatasnya fasilitas pembiayaan. Perusahaan-perusahaan di sektor ini tidak cukup kecil untuk mendapatkan fasilitas kredit dari LKM dan pada saat yang sama tidak cukup besar untuk mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan formal (Rahid, 2023).

Pembiayaan terhadap UKM sangat penting tidak hanya untuk memulai bisnis tetapi juga untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis. Secara umum, ada tiga jenis keuangan yang dibutuhkan seorang pebisnis UKM, yaitu modal saham, modal kerja, dan utang (Rahid, 2023). Sayangnya, pengusaha UKM menghadapi kesulitan dalam mendapatkan dan membayar kembali ketiga

jenis pembiayaan tersebut. Selain itu, karena kendala pembiayaan, UKM tidak bisa memasuki industri tersebut meskipun terdapat banyaknya potensi. Bank komersial juga enggan memberikan pembiayaan kepada UKM karena biaya transisi yang lebih tinggi, agunan yang terbatas, dan faktor risiko yang tinggi (Rahid, 2023)

Sebagian peneliti menjelaskan bahwa ketidakmampuan UKM dalam meningkatkan daya saing disebabkan karena UKM memiliki berbagai keterbatasan, seperti kurangnya kemampuan untuk beradaptasi dengan lingkungan, kurang cekatan dalam peluang-peluang usaha, kurangnya kreativitas dan inovasi dalam mengantisipasi berbagai tantangan lingkungan (Mustikowati dan Tysari, 2014).

Terdapat faktor yang mempengaruhi kinerja usaha kecil menengah Mustikowati dan Tysari (2014) ; Dewi (2013); Ul Huda, et al. (2020) diantaranya orientasi kewirausahaan, inovasi, strategi bisnis, manajemen sumber daya manusia, karakteristik wirausahawan dan karakteristik dari usaha itu sendiri. Priatin, et al. (2017) ; Gradistya dan Farida (2016) diantaranya orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dan inovasi produk. Ndubisi dan Iftikhar (2012) diantaranya kewirausahaan dan inovasi. Alsuwaidi, et al. (2021) diantaranya orientasi pembelajaran, keselarasan strategis dan orientasi kewirausahaan. Astuti, et al. (2021) diantaranya orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi

Faktor pertama dalam penelitian ini yang mempengaruhi kinerja UMKM adalah orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan mengacu

pada proses, praktik, dan aktivitas pengambilan keputusan yang mengarah ke entri baru (Kiyabo dan Isaga, 2020). Alfulailah dan Soehari (2020) berpendapat orientasi kewirausahaan dipandang mampu dalam melakukan peningkatan dan pengembangan kinerja UMKM tersebut. Selain itu juga UMKM yang pemimpinnya berorientasi wirausaha memiliki visi yang jelas dan berani untuk menghadapi risiko sehingga mampu menciptakan kinerja yang baik (Rasyidi, 2016).

Menurut Tirtayasa (2022) ada pengaruh positif dan signifikan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM. Alsuwaidi, et al. (2021) ada pengaruh langsung dan tidak langsung orientasi kewirausahaan terhadap kinerja inovasi. Astuti, et al. (2021) ada pengaruh positif dan signifikan orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Dahana, et al. (2021) ada pengaruh positif orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran.

Ul Huda, et al. (2020) tidak ada pengaruh yang signifikan antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah. Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian menunjukkan bahwa terdapat inkonsistensi variabel orientasi kewirausahaan dalam mempengaruhi kinerja UMKM.

Faktor kedua dalam penelitian ini yang mempengaruhi kinerja UMKM adalah inovasi. Baer dan Frese (2003) dalam Ul Huda, et al. (2020) yang menemukan bahwa inovasi dapat dimasukkan untuk menilai kinerja UMKM. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah dari suatu produk serta menciptakan

suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen. Peluang inovatif merupakan hasil usaha sistematis perusahaan dan hasil dari usaha dengan maksud tertentu untuk menciptakan pengetahuan dan ide-ide baru untuk menerima pengambilan investasi melalui komersialisasi (Ul Huda, et al. 2020).

UMKM juga harus bisa melaksanakan berbagai macam model produk sebagai wujud melakukan penginovasian, bisa juga melakukan nilai tambah barang/produk yang dihasilkan, selain itu juga individu usahawan bisa menciptakan inovasi dalam wujud seperti 1) melakukan pembaharuan barang/produk terhadap barang/produk, dan gagasan/ide/tempat usaha 2) melakukan pembaharuan dalam manajemen seperti prosedur produksi, keuangan, kegiatan memasarkan, prosedur kerja, dan lain sebagainya. Inovasi sangat berguna buat perusahaan/organisasi.

Menurut Ndubisi dan Iftikhar (2012) Inovasi secara langsung berkaitan dengan kinerja dan menengah dalam hubungan kewirausahaan dengan kinerja. Priatin, et al. (2017) ada pengaruh positif antara inovasi produk terhadap kinerja pemasaran. Gradistya dan Farida (2016) ada pengaruh positif inovasi terhadap kinerja pemasaran.

Ul Huda, et al. (2020) tidak ada pengaruh signifikan inovasi terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah. Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian menunjukkan bahwa terdapat inkonsistensi variabel inovasi dalam mempengaruhi kinerja UMKM.

Pada penelitian ini yang menjadi variabel mediasi yang mempengaruhi faktor-faktor kinerja UMKM adalah keunggulan bersaing. UMKM agar ingin sukses harus dapat melakukan perkembangan dan keberhasilan Dalam bersaing, oleh sebab itu UMKM tersebut harus bisa melakukan peningkatan produksi-produksinya dan menentukan cara memasarkan yang sesuai dalam menemukan calon pembeli. Individu usahawan dalam mendapatkan keunggulan bersaing harus bisa mengerti elemen-elemen fundamental. Ditinjau dari aspek harga, wirausahawan harus bisa melakukan produksi barang/jasa dengan *cost* yang meminimum mungkin, sehingga harga yang ditetapkan tidak terlalu mahal dibandingkan dengan produk/jasa ditempat lainnya. Keunggulan bersaing diinginkan bisa menghasilkan keuntungan yang diinginkan, pangsa pasar dalam meningkat, pelanggan loyal semakin meningkat, dan keberlangsungan usaha dapat berlanjut (Saiman, 2014).

Kiyabo dan Isaga (2020) diperoleh terdapat keterkaitan orientasi kewirausahaan dan kinerja UKM dimediasi oleh keunggulan bersaing. Ul Huda, et al. (2020) diperoleh yaitu tidak terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap Kinerja UKM dengan dimediasi keunggulan bersaing dan tidak terdapat pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UKM d dengan dimediasi keunggulan bersaing. Tirtayasa (2022) diperoleh yaitu keunggulan bersaing berperan memediasi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis tertarik untuk dikaji tentang Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Kinerja

UMKM Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi : Analisis
Di UMKM Industri Kuliner.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah :

1. Rendahnya inovasi pasar, produk dan proses
2. Rendahnya layanan berbasis digital
3. Orientasi kewirausahaan ke pasar lokal bukan ke pasar global

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, penulis merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM Kuliner di Yogyakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh inovasi terhadap kinerja UMKM Kuliner di Yogyakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner di Yogyakarta?
4. Apakah terdapat pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner di Yogyakarta?
5. Apakah terdapat pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja UMKM Kuliner di Yogyakarta?

6. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi terhadap kinerja dimediasi keunggulan bersaing?
7. Apakah terdapat pengaruh inovasi terhadap kinerja dimediasi keunggulan bersaing?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi UMKM di Yogyakarta.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap kinerja UMKM di Yogyakarta.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM di Yogyakarta.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM di Yogyakarta.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja UMKM di Yogyakarta.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi terhadap kinerja dimediasi keunggulan bersaing.
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap kinerja dimediasi keunggulan bersaing.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian skripsi ini diantaranya:

1. Bagi UMKM

Dengan adanya penelitian ini diharapkan pelaku usaha ayam goreng kalasan dapat menambah wawasan tentang pentingnya melakukan inovasi untuk meningkatkan kinerja inovasi UMKM dalam menghadapi persaingan dalam menjalankan usaha.

2. Bagi Pemerintah

Sebagai bahan masukan bagi pemerintah tentang pengembangan industri UMKM agar meningkatkan kinerja inovasi perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam menjalankan usaha Industri.

3. Bagi Penelitian Lebih Lanjut

Dapat memberikan pemahaman tentang strategi pada usaha kecil dan menengah di Yogyakarta.

4. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini dapat bermanfaat memberikan sumbangan saran, pemikiran dan informasi yang bermanfaat dan dapat dijadikan sumber informasi berkaitan di bidang manajemen operasional tentang orientasi kewirausahaan, inovasi produk, keunggulan bersaing dan kinerja dalam suatu UMKM.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Cherif (2022) diperoleh yaitu terdapat hubungan kewirausahaan perusahaan dan kinerja inovasi dimediasi oleh keterlibatan karyawan. selain itu, pemimpin pengawasan memoderasi hubungan antara kewirausahaan perusahaan dan kinerja inovasi. selanjutnya, pengawasan pemimpin memiliki efek moderasi yang dimediasi dari kewirausahaan perusahaan ke kinerja inovasi, melalui keterlibatan karyawan.

Tirtayasa (2022) diperoleh yaitu 1) pengaruh orientasi kewirausahaan dengan kinerja UKM adalah positif dan signifikan, 2) pengaruh orientasi pasar dengan kinerja UKM adalah positif dan signifikan, 3) pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing adalah positif dan signifikan, 4) pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing adalah positif dan signifikan, 5) pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja UMKM adalah positif dan signifikan, 6) keunggulan bersaing berperan memediasi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM, 7) Keunggulan bersaing berperan memediasi pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM.

Alsuwaidi, et al. (2021) diperoleh orientasi kewirausahaan berpengaruh langsung dan tidak langsung terhadap kinerja inovasi dan sedangkan orientasi pembelajaran dan keselarasan strategis memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja inovasi.

Astuti, et al. (2021) diperoleh yaitu orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Kiyabo dan Isaga (2020) diperoleh yaitu 1) orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, 2) keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM, 3) keunggulan bersaing memediasi hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja UKM.

Ul Huda, et al. (2020) diperoleh yaitu 1) tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dan juga Kinerja Usaha Kecil Menengah, 2) Terdapat pengaruh signifikan antara Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing, tak terdapat pengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah dan tidak terdapat pengaruh signifikan antara Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah, 3) tak terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap Kinerja UKM yang dimediasi oleh keunggulan bersaing dan tak terdapat pengaruh inovasi produk terhadap Kinerja UKM yang dimediasi oleh keunggulan bersaing.

Darmanto, et al. (2019) diperoleh orientasi pelanggan; dimensi orientasi strategis mempengaruhi kinerja; Variabel perubahan kapasitas tidak memoderasi orientasi pelanggan dan pesaing pada orientasi inovasi. Variabel keunggulan bersaing yang tidak dimediasi orientasi pelanggan dan pesaing terhadap kinerja.

Priatin, et al. (2017) diperoleh inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran, dimana selanjutnya inovasi produk berperan sebagai variabel mediasi parsial.

Zeebaree dan Siron (2017) diperoleh orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing di UKM di KRG Irak.

Gradistya dan Farida (2016) diperoleh yaitu inovasi berpengaruh positif ke kinerja pemasaran.

Ndubisi dan Iftikhar (2012) diperoleh yaitu terdapat hubungan langsung yang signifikan antara kewirausahaan, inovasi dan kualitas kinerja. Secara khusus, tiga dimensi kewirausahaan yaitu, pengambilan risiko, proaktif dan otonomi secara signifikan terkait dengan inovasi dan kualitas kinerja. Inovasi secara langsung berkaitan dengan kinerja dan menengahi dalam hubungan kewirausahaan dengan kinerja.

2.2. Landasan Teori

2.2.1.UMKM

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mendefinisikan UMKM yaitu : 1) Usaha mikro yaitu usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 dan mempunyai jumlah penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000, 2) Usaha kecil yaitu usaha yang mempunyai kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 hingga Rp 500.000.000 dan mempunyai jumlah penjualan dalam satu tahun atau lebih dari Rp 300.000.000 hingga Rp 2.500.000.000, 3) Usaha menengah yaitu usaha yang mempunyai kekayaan bersih lebih dari Rp

500.000.000 sampai dengan Rp 10.000.000.000 dan mempunyai jumlah penjualan dalam satu tahun lebih dari Rp 2.500.000.000 sampai dengan Rp 50.000.000.000

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang selanjutnya disingkat UMK-M adalah usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah yang mengatur mengenai Kemudahan, Pelindungan, Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 Tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, Dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan Dan Toko Swalayan)

2.2.2. Orientasi Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan implementasi kreatifitas dan pembaharuan agar masalah dapat dipecahkan dan peluang yang ada bisa dimanfaatkan. Inti kewirausahaan yaitu membuat suatu nilai tambah dengan mekanisme memadukan sumber daya dengan formula yang berbeda serta baru (Zimmerer dalam Suryana, 2014). Zimmerer dalam Suryana (2014) suatu nilai tambah dibuat dengan mengembangkan formula memanfaatkan teknologi terkini, melakukan penemuan pengetahuan-pengetahuan terbaru, memperbaiki produk/jasa yang telah dihasilkan dan menemukan formula untuk menghasilkan barang/jasa yang banyak tetapi memakai tenaga kerja yang minim. Drucker dalam

Suryana (2014), kewirausahaan mempunyai dasar yang mengacu pada karakteristik (watak dan sifat), dan karakter yang terdapat pada individu yang terdapat keinginan untuk memberikan ide/gagasan yang berinovatif ke dunia usaha dan bisa berkembang dengan baik.

Schumpeter (1934) dalam Ndubisi dan Iftikhar (2012) mendefinisikan kewirausahaan sebagai usaha yang dicirikan sebagai inovasi. Schumpeter (1934) dan Vesper (1980) dalam Ndubisi dan Iftikhar (2012) menyatakan terdapat lima kategori ciri perilaku kewirausahaan yaitu : pengenalan barang baru, pengenalan metode produksi baru, pembukaan pasar baru, pembukaan sumber pasokan baru, dan industri organisasi. Menurut Carland et al. (1984) dalam Ndubisi dan Iftikhar (2012), sebuah usaha kewirausahaan dapat diidentifikasi dengan perilaku strategis tersebut. Dengan demikian, seorang anggota organisasi dapat berwirausaha dan organisasi dapat memiliki struktur wirausaha yang masing-masing dapat saling melengkapi satu sama lain dan bersinergi (Echols dan Neck, 1998 dalam Ndubisi dan Iftikhar, 2012).

McDougall dan Oviatt (2000) dalam Ndubisi dan Iftikhar (2012) mendefinisikan kewirausahaan sebagai kombinasi inovatif, proaktif dan perilaku pengambilan risiko yang dimaksudkan untuk menciptakan nilai dalam organisasi. Selain itu juga kewirausahaan didefinisikan sebagai budaya organisasi untuk meningkatkan kekayaan melalui inovasi dan eksploitasi peluang (Nasution, et al. 2011), yang

membutuhkan karakteristik kewirausahaan dari kecenderungan mengambil risiko (McClelland, 1961; Ndubisi, et al. 2005 dalam Ndubisi dan Iftikhar, 2012).

Sedangkan orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan aktivitas pengambilan keputusan yang mengarah ke pendatang baru (Kiyabo dan Isaga, 2020). Orientasi kewirausahaan menggambarkan proses pengambilan keputusan perusahaan, yang membantu perusahaan mengambil tindakan (Wiklund dan Shepherd, 2011 dalam Kadarusman dan Rosyafah, 2022). Orientasi kewirausahaan merupakan rangkaian kegiatan dan proses kreatif yang disertai dengan perilaku kewirausahaan yang memberdayakan perusahaan untuk menembus pasar baru (Naheed, et al. 2019). Orientasi kewirausahaan membantu mengeksplorasi pasar baru dan menciptakan barang atau jasa baru untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Usvita (2015), orientasi kewirausahaan dinyatakan seperti strategi profit bisnis. Narver dan Slater (1990) dalam Tirtayasa (2022) orientasi kewirausahaan merupakan sebagai tradisi yang dipakai organisasi yang begitu efektif dan berhasil untuk melakukan pembentukan sikap/perilaku yang dibutuhkan untuk menghasilkan suatu hasil yang mempunyai keunggulan.

Sesuai apa yang telah disebutkan di atas, penelitian ini mendefinisikan orientasi kewirausahaan merupakan rangkaian kegiatan

dan proses kreatif yang disertai dengan perilaku kewirausahaan yang memberdayakan perusahaan untuk menembus pasar baru.

Karakteristik ini juga telah dipelajari dalam dimensi Lumpkin dan Dess (1996) dalam Ndubisi dan Iftikhar (2012) dari orientasi kewirausahaan dan mencatat bahwa orientasi kewirausahaan mengacu pada kunci proses kewirausahaan (bagaimana usaha baru bisa dilakukan). Miller (1983) dalam Ndubisi dan Iftikhar (2012) menyarankan bahwa derajat orientasi kewirausahaan dapat dilihat sejauh mana organisasi mengambil risiko, berinovasi dan bertindak secara proaktif. Barrett, et al. (2003) dalam Ndubisi dan Iftikhar (2012), dan organisasi kewirausahaan proaktif dalam memperoleh intelijen tentang pelanggan dan pesaing; inovatif dengan mengkonfigurasi ulang sumber dayanya untuk merumuskan respons strategis dan mengimplementasikan respons, yang memerlukan beberapa tingkat risiko dan ketidakpastian.

Ndubisi dan Iftikhar (2012), indikator orientasi kewirausahaan yaitu pengambilan risiko, pro aktif dan otonomi. Orientasi kewirausahaan terdiri dari lima aktivitas: proaktif, inovatif, berani mengambil risiko (Zahra, 2018), agresivitas bersaing, dan otonomi (Lumpkin, et al. 2011 dalam Kadarusman dan Rosyafah, 2022). Tirtayasa (2022) orientasi kewirausahaan diukur dengan 1) inovasi, 2) proaktif, 3) keberanian mengambil risiko.

2.2.3. Inovasi

Inovasi dapat didefinisikan sebagai keberhasilan implementasi ide baru di pasar (Steiber dan Alänge, 2014). Definisi ini memiliki beberapa keunggulan. Ini secara tidak langsung menyoroti perbedaan antara kreativitas dan penemuan di satu sisi dan pengembangan dan implementasi produk di sisi lain. Selain itu juga memberi organisasi tujuan dan momentumnya dan menunjukkan bahwa kreativitas bukanlah kontinuitas. Keuntungan dari definisi ini adalah bahwa definisi ini melampaui batasan tradisional dalam menghasilkan ide-ide inovatif dan paten. Tapi ini memberi banyak tekanan pada hasil (Benaim, 2015). Banyak orang menghargai inovasi dan percaya bahwa inovasi diperlukan untuk individu dan organisasi. Misalnya, warga meminta organisasi untuk lebih inovatif dalam menangani masalah organisasi dan sosial ekonomi (Mehmet, 2016).

Inovasi produk didefinisikan sebagai perubahan atau inovasi yang dilakukan pada produk atau layanan akhir, dan inovasi proses mengacu pada kebaruan yang diperkenalkan dalam metode atau proses yang menghasilkan produk atau layanan (Kim, et al. 2012). Inovasi produk didefinisikan sebagai produk atau layanan baru yang diperkenalkan di pasar untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Jenis inovasi bervariasi dan tergantung pada objek, sektor, volume atau kekuatan. Mereka independen, memiliki atribut yang dapat dikenali dan tidak ada batasan. Yaitu: inovasi produk, inovasi proses, inovasi organisasi,

inovasi teknologi dan inovasi pasar (Carayannis dan Grigoroudis, 2015). Literatur meneliti berbagai jenis inovasi, termasuk produk inkremental, produk radikal, proses inkremental, proses radikal, dan inovasi administrasi (Kim, et al. 2012).

Inovasi produk mengacu pada pengembangan produk baru, perubahan desain produk saat ini atau penerapan teknologi dan sumber daya baru untuk metode produksi saat ini, dengan fokus pada pasar yang ada untuk produk yang ada dan bukan produk saat ini (Tony, 2016). Inovasi proses berarti peningkatan yang signifikan dalam metode produksi dan logistik atau kegiatan pendukung seperti pengadaan, akuntansi, pemeliharaan, dan teknologi informasi (Polder, et al. 2010). Inovasi proses terdiri dari perubahan-perubahan yang berkaitan dengan proses produksi suatu produk atau jasa. Meskipun tidak selalu mempengaruhi produk akhir, itu menguntungkan proses produksi dan umumnya meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya. Contoh: Mobil buatan robot dan mobil buatan manusia (Tony, 2016).

Porter dan Ketels (Lestari, et al. 2013) menjelaskan pembaharuan (inovasi) merupakan sebagai keberhasilan untuk melakukan eksploitasi dalam menemukan gagasan-gagasan terbaru. Damanpour (Lestari, et al. 2013) mengartikan pembaharuan (inovasi) perusahaan/organisasi sebagai duplikasi gagasan/ide atau sikap/perilaku terbaru yang dipakai pada perusahaan/organisasi tersebut. Duplikasi inovasi melingkupi

menciptakan, mengembangkan, serta pengimplementasian gagasan/ide dan sikap/perilaku terbaru.

Menurut Lestari, et al. (2013) dalam mewujudkan keberhasilan inovasi adalah pekerjaan yang kompleks dan sukar. Pembaharuan (inovasi) juga dikaitkan kemajuan pembaharuan (inovasi) yang diinterpretasi dengan 2 (dua) cara yaitu : 1) kemajuan berpedoman pada kurun waktu yang dibutuhkan untuk pengembangan dan pengenalan produk, 2) kemajuan dikaitkan dengan perusahaan/organisasi dalam menerapkan teknologi terbaru di perusahaan tersebut.

Amabile (Mustikowati dan Tysari, 2014) menjelaskan inovasi sebagai konsep yang membahas penerapan gagasan, produk atau proses yang baru. Oleh karena itu perusahaan diharapkan membentuk pemikiran-pemikiran baru dalam menghadapi baik pesaing, pelanggan dan pasar yang ada. Hartini, et al. (2021) mendefinisikan inovasi sebagai suatu gagasan baru yang diterapkan untuk memprakarsai atau memperbaiki suatu produk atau proses atau jasa.

Ahmed dan Shepherd (2010) menyatakan inovasi perusahaan/organisasi bisa melahirkan (*Research and Development* (R dan D), pembuatan serta strategi dalam memasarkan dan pada ujungnya tertuju pada komersial dari pembaharuan (inovasi) itu.

Berdasarkan apa yang telah disebutkan di atas, penelitian ini mendefinisikan pembaharuan (inovasi) merupakan sebagai konsep yang membahas penerapan gagasan, produk atau proses yang baru.

Oleh karena itu perusahaan diharapkan membentuk pemikiran-pemikiran baru dalam menghadapi baik pesaing, pelanggan dan pasar yang ada.

Rajapathirana dan Hui (2018) indikator inovasi meliputi inovasi produk, inovasi proses, inovasi organisasi dan inovasi pasar dan Zia dan Shafiq (2017) indikator inovasi meliputi inovasi proses dan inovasi produk. Inovasi produk dan inovasi proses berkaitan kuat dengan meningkatnya teknologi yang paling utama di sektor bidang jasa. Teknologi disini bisa ditafsirkan menggunakan teknologi canggih dan modern. Inovasi layanan/ produk merupakan memberitahukan dan mempromosikan produk/layanan terbaru ditunjang dengan signifikannya peningkatan dengan kinerja. Inovasi proses berarti peningkatan yang signifikan dalam metode produksi dan logistik atau kegiatan pendukung seperti pengadaan, akuntansi, pemeliharaan, dan teknologi informasi.

2.2.4.Keunggulan Bersaing

Porter (1985) dalam Zeebaree dan Siron (2017) melihat bahwa keunggulan bersaing mengacu pada keunggulan posisi komparatif di pasar yang membuat perusahaan mengungguli para pesaingnya. Sedangkan Rothaermel (2013) mendefinisikan keunggulan bersaing sebagai cara perusahaan merumuskan dan menerapkan strategi yang mengarah pada kinerja yang unggul dibandingkan pesaing lain dalam industri yang sama. Keunggulan bersaing adalah kemampuan

organisasi untuk menambah nilai lebih bagi pelanggannya daripada para pesaingnya, dan dengan demikian mencapai posisi keunggulan relatif (Thompson, 2001 dalam Zeebaree dan Siron, 2017).

Winter (1995) dalam Sigalas, et al. (2013) mendefinisikan bahwa keunggulan bersaing didefinisikan sebagai kinerja yang unggul atau kinerja secara umum. Sigalas, et al. (2013) keunggulan bersaing biasanya didefinisikan sebagai kinerja keuangan yang unggul. Kroll, et al. (1999) dalam Novita dan Husna (2020) keunggulan bersaing adalah bahwa suatu bisnis dapat berkinerja lebih baik dibandingkan para pesaingnya pada saat ekonomi baik maupun buruk.

Rindova dan Fombrun (1999) dalam Novita dan Husna (2020) keunggulan bersaing adalah hasil dari kekuatan pasar yang berbeda, yang memungkinkan perusahaan dominan mengendalikan proses dan mendapatkan keuntungan monopoli. Covin dan Miles (1999) ; Hunt (2000) dalam dalam Novita dan Husna (2020) mendefinisikan bahwa keunggulan bersaing adalah hasil dari pemanfaatan proses pemasaran kewirausahaan secara strategis dalam inovasi produk, proses, strategi, atau domainnya untuk menciptakan posisi pasar yang unggul

Ma (2000) dalam dalam Novita dan Husna (2020) mendefinisikan bahwa keunggulan bersaing dapat didefinisikan sebagai posisi yang unik. Besanko, et al. (2000) dalam Sigalas, et al. (2013) mengatakan bahwa keunggulan bersaing didefinisikan sebagai keunggulan dalam

keuntungan ekonomi relatif terhadap rata-rata pesaing di sebuah industri.

Keunggulan bersaing merupakan peraturan laba perusahaan/organisasi yang berkolaborasi agar memperoleh keberhasilan di pasar dengan efisien dan efektif. Perusahaan/organisasi mendapati keunggulan bersaing ketika perekonomian perusahaan mengalami keuntungan yang diperoleh dari suatu bidang dan juga perusahaan yang melakukan persaingan dan melakukan partisipasi dari kegiatan sejenis/serupa (Maulana, 2014). Keunggulan bersaing diperlukan untuk dapat menghasilkan keuntungan seperti yang diharapkan, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan melanjutkan kelangsungan hidup suatu perusahaan (Djodjobo dan Tawas, 2014).

Berdasarkan apa yang telah disebutkan di atas, penelitian ini mendefinisikan keunggulan bersaing sebagai hasil dari proses perumusan strategi yang diadopsi oleh suatu perusahaan dengan tujuan memberikan nilai tambah (diferensiasi dan biaya rendah) kepada pelanggan sehingga menghasilkan posisi yang menguntungkan bagi perusahaan. atas pesaingnya untuk jangka waktu tertentu.

Zeebaree dan Siron (2017) keunggulan bersaing di ukur dengan diferensiasi pasar dan keunggulan biaya. Tirtayasa (2022) keunggulan bersaing di ukur dengan 1) keunggulan diferensiasi produk, 2) keuntungan segmentasi pasar, 3) keuntungan masuk.

Menurut Dalimunthe (2017) indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing :

1. Keunikan produk dapat diartikan sebagai ciri khas produk dengan mengkombinasikan kesukaan konsumen dengan nilai seni.
2. Harga bersaing dapat diartikan sebagai daya perusahaan/organisasi untuk melakukan penyesuaian harga produk dengan harga yang ada di pasaran.
3. Tak mudah didapati berarti langka keberadaan produk ketika berkompetisi dalam bersaing di pangsa pasar.
4. Tak bisa dijiplak artinya bisa dijiplak tetapi dengan tak memiliki kesempurnaan.
5. Sukar di buat pengganti artinya tak mempunyai pengganti yang mirip/serupa.
6. Tak bisa dibuat pengganti artinya tak mempunyai pengganti yang sama.

2.2.5. Kinerja UMKM

Untuk mencapai tujuan dari suatu UMKM dibutuhkan kinerja dari UMKM yang baik, dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia di harapkan kinerja karyawan juga meningkat. Kinerja merupakan level hasil yang dicapai ketika melaksanakan tugas/kegiatan tertentu (Widodo, 2015). Kasmir (2016) menyatakan kinerja merupakan kuantitas dari seperangkat sikap/perilaku pegawai baik

yang mempunyai kontribusi yang baik dan tidak baik agar terpenuhinya arah/tujuan perusahaan/organisasi.

Mangkunegara (2016) mengemukakan bahwa kinerja adalah hasil kerja baik secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas sesuai tanggung jawab yang diberikan.

Berdasarkan apa yang telah disebutkan di atas, penelitian ini mendefinisikan kinerja adalah merupakan sebagai hasil dari seorang karyawan dalam melaksanakan tanggung jawab atau pekerjaannya selama periode tertentu yang telah di sepakati.

Mangkunegara (2016), terdapat tiga komponen penting dalam deskripsi kinerja yaitu :

1. Tujuan

Tujuan ini akan memberikan arah dan mempengaruhi perilaku kerja yang diharapkan UMKM terhadap setiap karyawan.

2. Ukuran

Ukuran dibutuhkan untuk mengetahui apakah seorang karyawan telah mencapai kinerja yang diharapkan, karena itu standar kerja karyawan untuk setiap tugas dan jabatan karyawan memegang peranan yang penting.

3. Penilaian

Penilaian kerja dengan proses pencapaian tujuan kinerja setiap karyawan. Tindakan ini akan membuat karyawan bertoleransi terhadap tujuan perusahaan dan berperilaku kerja sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai.

Berhasil atau tidaknya kinerja yang akan dicapai oleh UMKM di pengaruhi oleh tingkat kinerja karyawan secara individu ataupun kelompok, semakin baik kinerja karyawan maka kinerja organisasi/perusahaan juga akan semakin baik. Widodo (2015), faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja :

1. Kecakapan dan kapabilitas pegawai

Kecakapan dan kapabilitas pegawai yaitu segala hal yang berkaitan dengan pelatihan/pendidikan motivasi kerja, adab kerja, mentalitas dari perilaku/sikap yang dimiliki dan situasi/kondisi fisik pegawai.

2. Sarana Pendukung

Sarana pendukung yaitu segala hal yang berkaitan dengan teknologi, keselamatan kerja, sarana produksi (lingkungan kerja) dan segala hal yang berkaitan dengan keamanan kerja, gaji/upah, dan jaminan sosial (sejahteranya karyawan).

3. Supra Sarana

Supra sarana yaitu segala hal yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah dan berkaitan manajemen industri.

Menurut Widodo (2015) ada lima faktor yang di pakai untuk menilai kinerja yaitu :

1. Prestasi Pekerjaan meliputi : akurasi, ketelitian,keterampilan dan penerimaan keluaran.
2. Kuantitas Pekerjaan meliputi : volume keluaran dan kontribusi.
3. Kepemimpinan yang diperlukan meliputi : membutuhkan sarana, arahan atau perbaikan.
4. Kedisiplinan meliputi : kehadiran, sanksi warkat, regulasi, dapat dipercaya/diandalkan dan ketepatan waktu.
5. Komunikasi meliputi : hubungan antar karyawan maupun dengan pimpinan dan media komunikasi.

Menurut Setiawan dan Dewi (2014) untuk mengukur kinerja karyawan dapat menggunakan indikator-indikator berikut :

1. Ketepatan penyelesaian tugas

Merupakan pengelolaan waktu yang efisien dalam bekerja dan juga ketepatan karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan.

2. Kesesuaian jam kerja

Kesediaan karyawan dalam mematuhi peraturan perusahaan yang berkaitan dengan ketepatan waktu atau jam kerja dan jumlah kehadiran.

3. Tingkat kehadiran

Jumlah ketidak hadiran karyawan dalam suatu perusahaan selama periode tertentu yang telah ditetapkan.

4. Kerjasama karyawan

Kemampuan karyawan untuk bekerjasama dengan orang lain dalam menyelesaikan tugas yang telah diberikan sehingga mencapai hasil yang maksimal.

5. Kepuasan kerja

Karyawan merasa puas dengan pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya.

Mangkunegara (2016) mengemukakan bahwa ada beberapa indikator kinerja, yaitu:

1. Kualitas kerja adalah seberapa baik seorang karyawan mengerjakan apa yang seharusnya dikerjakan.
2. Kuantitas kerja adalah seberapa lama seorang karyawan bekerja dalam satu harinya. Kuantitas kerja ini bisa dilihat dari kecepatan kerja masing-masing setiap karyawan itu.
3. Pelaksanaan tugas adalah seberapa jauh karyawan mampu/bisa melakukan pekerjaannya dengan akurat atau tidak ada kesalahan apapun.
4. Tanggung jawab terhadap pekerjaan adalah kesadaran akan kewajiban sebagai karyawan untuk melaksanakan pekerjaan yang diberikan perusahaan.

Metode dalam penilaian kinerja yang dikemukakan oleh Mondy dan Noe (Widodo, 2015) yaitu:

1. Skala Penilaian (*Rating Scales*). Penilaian kinerja karyawan dengan memakai skala untuk melakukan pengukuran *performance factor* (faktor-faktor kinerja). Misalnya pengukuran level tanggung jawab, inisiatif karyawan.
2. Insiden Kritis (*Critical Incidents*). Individu yang menilai harus mempunyai catatan tertulis berkaitan dengan aktivitas atau sikap/perilaku kerja karyawan yang baik (*high favorable*) dan sikap/perilaku kerja yang tidak baik (*high unfavorable*) selama kurun waktu penilaian.
3. *Essay*. Cara ini lebih mengarah pada pemusatan perhatian pada sikap/perilaku ekstern ketika melaksanakan tugas karyawan dari pada aktivitas kesehariannya yang dilakukan karyawan. Penilaian ini sangat bergantung pada kemampuan menulis seorang penilai.
4. *Work Standart*. Metode ini *membandingkan* kinerja setiap karyawan dengan standar yang telah ditetapkan oleh UMKM.
5. *Ranking*. Penilai menempatkan seluruh karyawan dalam satu kelompok sesuai peringkat yang disusun berdasarkan kinerja secara keseluruhan. Contohnya, pekerja terbaik diberikan peringkat paling tinggi sedangkan pekerja yang prestasinya paling buruk diberikan peringkat paling bawah.
6. *Forced Distribution*. Penilai harus individu dari kelompok kerja ke dalam sejumlah kategori yang serupa dengan sebuah distribusi frekuensi normal.

7. *Behaviourally Anchored Rating Scales (BARS)*. Penilai memberikan nilai kepada karyawan berdasarkan beberapa jenis perilaku kerja yang mencerminkan dimensi kinerja dan membuat skalanya.

2.3. Hipotesis

2.3.1. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Orientasi kewirausahaan begitu berperan dalam peningkatan tingkat efisien UMKM, hal ini dikarenakan orientasi kewirausahaan keharusan harus mampu untuk melakukan inovasi, tindakan yang aktif dan pengambilan risiko. Dengan daya, untuk menjadi lebih bagus, perusahaan/organisasi harus bisa mensupport ketepatangunaan UMKM dan perusahaan tersebut mamapu melakukan persaingan dengan perusahaan/organisasi lainnya

Orientasi kewirausahaan UMKM yang semakin bagus, seperti melakukan kreatifitas, konstruktif, dan berani dalam pengambilan risiko, semakin bagus dalam mencapai tingkat berhasil perusahaan/organisasi, dan sebaliknya. Hal ini akan membuat para pebisnis untuk dapat melakukan pengembangan gagasan-gagasan yang inovasi dengan terfokus pada tujuan, menggagas probabilitas masuk pasar, dan melaksanakan percobaan meskipun terjadi resiko sehingga nantinya bisa menjadi terdepan dalam memeimpin pasar.

Usvita (2015) diperoleh yaitu terjadi pengaruh orientasi kewirausahaan bagu kinerja usaha UKM makanan. Mustikowati dan Tysari (2014), bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan bagi kinerja UMKM. Tirtayasa (2022) diperoleh yaitu orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan bagi kinerja UKM. Astuti, et al. (2021) diperoleh yaitu orientasi kewirausahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Dahana, et al. (2021) diperoleh yaitu orientasi kewirausahaan memiliki efek positif langsung pada kinerja pemasaran. Keterkaitan antara variabel orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM dinyatakan sebagai hipotesis kesatu .

H₁ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM.

2.3.2. Pengaruh inovasi terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Yogyakarta

Inovasi adalah proses mewujudkan ide baru, yang berbeda dengan yang dulu, dengan cara produksi atau dengan membuatnya menjadi nyata, dimana inovasi termasuk generasi evaluasi, konsep baru dan implementasi. UKM yang mempunyai inovatif yang bagus akan dapat mencapai kinerja perusahaan/organisasi yang bagus pula. Dengan inovasi yang semakin baik akan membuat perusahaan/organisasi ketika mengembangkan gagasan mengenai produk baru, terpusat pada segala daya untuk bisa menghadirkan produk serta selalu melakukan upaya

untuk melakukan pemasaran produk yang sangat bervariasi di pasaran. Pada ujungnya, inovasi yang sudah dilaksanakan sebagai pedoman untuk perusahaan/organisasi untuk menggapai keunggulan bersaing dalam waktu yang cukup lama.

Ndubisi dan Ifikhar (2012) diperoleh yaitu Inovasi secara langsung berkaitan dengan kinerja dan menengah dalam hubungan kewirausahaan dengan kinerja. Priatin, et al. (2017) diperoleh inovasi produk berpengaruh bagi kinerja pemasaran. Gradistya dan Farida (2016) diperoleh yaitu inovasi berpengaruh positif ke kinerja pemasaran. Keterkaitan antara variabel inovasi terhadap kinerja UMKM dinyatakan sebagai hipotesis kedua.

H₂ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara inovasi terhadap kinerja UMKM.

2.3.3. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Yogyakarta

Untuk mencapai keberlanjutan, pola perilaku kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan dapat dikomunikasikan melalui program pembelajaran dan pengembangan berkelanjutan sesuai kebutuhan dan/atau strategi bisnis untuk meningkatkan kemampuan inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko, sehingga menghasilkan keunggulan bersaing.

Mahmood dan Hanafi (2013) diperoleh yaitu orientasi kewirausahaan berpengaruh bagi keunggulan bersaing. Sirivanh dan

Sukkabot (2014) diperoleh orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Pardi, et al. (2014) diperoleh orientasi kewirausahaan berpengaruh besar terhadap keunggulan bersaing. Tirtayasa (2022) diperoleh yaitu orientasi kewirausahaan berpengaruh bagi keunggulan bersaing. Kiyabo dan Isaga (2020) diperoleh yaitu orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Keterkaitan antara variabel orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM dinyatakan sebagai hipotesis ketiga.

H₃ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM.

2.3.4. Pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Yogyakarta

Perusahaan melalui proses inovatif menemukan cara untuk beroperasi dengan lebih efisien. Inovasi pasar berkontribusi pada kepentingan perusahaan untuk beroperasi secara lebih efektif, di mana mereka membantu perusahaan mengidentifikasi ruang pasar baru di mana ia dapat bersaing (Kuratko, et al. 2001 dalam Zeebaree dan Siron, 2017). Diferensiasi membutuhkan kemampuan inovatif, yang mengarah ke produk baru yang meningkatkan nilai bagi pelanggan, membenarkan harga premium (Lechner dan Gudmundsson, 2014). Gitau, et al. (2016) juga menekankan bahwa perusahaan harus terus menerus memperkenalkan inovasi baru dan cepat kepada pelanggan mereka untuk menjaga daya saingnya. Dengan demikian, inovasi yang lebih besar akan

mengarah pada peningkatan Keunggulan bersaing di perusahaan kecil. Ul Huda, et al. (2020) diperoleh yaitu terdapat pengaruh signifikan antara Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing. Keterkaitan antara variabel inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM dinyatakan sebagai hipotesis keempat.

H₄: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM.

2.3.5. Pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Yogyakarta

Keunggulan bersaing merupakan peraturan laba perusahaan/organisasi yang berkolaborasi agar memperoleh keberhasilan di pasar dengan efisien dan efektif. Perusahaan/organisasi mendapati keunggulan bersaing ketika perekonomian perusahaan mengalami keuntungan yang diperoleh dari suatu bidang dan juga perusahaan yang melakukan persaingan dan melakukan partisipasi dari kegiatan sejenis/serupa (Tirtayasa, 2022). Keunggulan bersaing diperlukan untuk dapat menghasilkan keuntungan seperti yang diharapkan, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan melanjutkan kelangsungan hidup suatu perusahaan (Djodjono dan Tawas, 2014). Keunggulan bersaing dalam berjumpa menghadapi persaingan merupakan pedoman untuk berhasil suatu UMKM. Keunggulan bersaing dilustrasikan strategi untuk mencari keuntungan perusahaan/organisasi yang melakukan kerja sama untuk membuat keunggulan bersaing di pasar agar dapat menghasilkan

kesuksesan. Strategi ini harus dirancang/direncanakan untuk membuat keunggulan bersaing yang kontinu sehingga dapat melakukan penguasaan di semua pasar bisnis. Keunggulan bersaing berawal dasar/keuntungan yang diperoleh bisnis untuk konsumen. Umumnya konsumen condong untuk melakukan pembelian produk yang mahal dari yang diharapkan/diinginkan (Maulana, 2014).

Tirtayasa (2022) diperoleh yaitu keunggulan bersaing berpengaruh bagi kinerja UMKM. Kiyabo dan Isaga (2020) diperoleh yaitu keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Keterkaitan antara variabel keunggulan bersaing terhadap kinerja UMKM dinyatakan sebagai hipotesis kelima.

H₅ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keunggulan bersaing terhadap kinerja UMKM.

2.3.6. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja dimediasi keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi

Ul Huda, et al. (2020) diperoleh yaitu tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara orientasi kewirausahaan bagi keunggulan bersaing dan kinerja UKM. Tidak terdapat pengaruh antara keunggulan bersaing bagi kinerja UKM. Tak terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan bagi kinerja UKM dengan di mediasi keunggulan bersaing.

Tirtayasa (2022) diperoleh yaitu keunggulan bersaing mempunyai peran untuk melakukan mediasi orientasi kewirausahaan

bagi kinerja UMKM. Kiyabo dan Isaga (2020) diperoleh yaitu terdapat hubungan orientasi kewirausahaan dengan kinerja UKM yang dimediasi keunggulan bersaing. Keterkaitan antara variabel orientasi kewirausahaan terhadap kinerja melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi dinyatakan sebagai hipotesis keenam.

H₆ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja dimediasi keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi.

2.3.7. Pengaruh inovasi terhadap kinerja dimediasi keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi

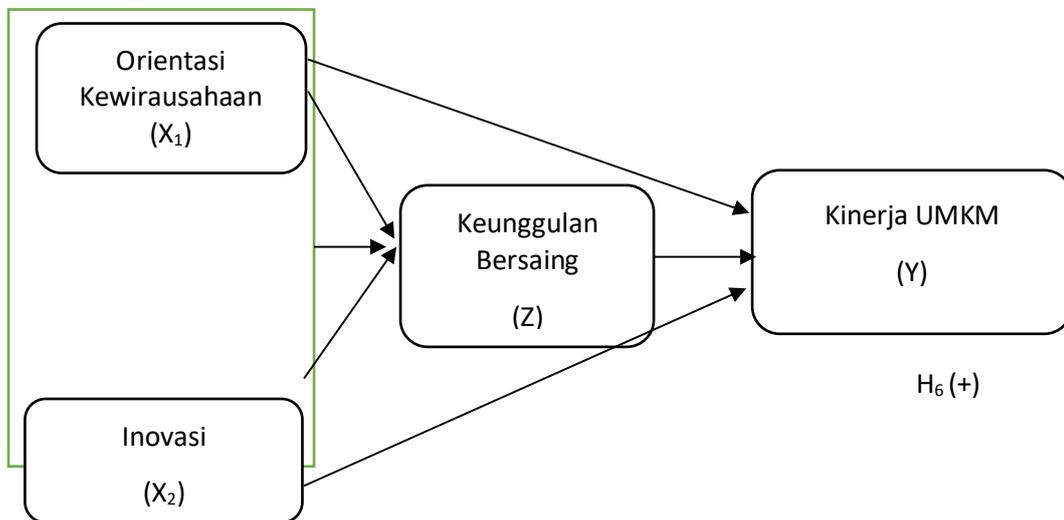
Ndubisi dan Iftikhar (2012) diperoleh yaitu inovasi secara langsung berkaitan dengan kinerja. Priatin, et al. (2017) diperoleh inovasi produk berpengaruh positif bagi kinerja pemasaran, dimana selanjutnya inovasi produk berperan sebagai variabel mediasi parsial.

Ul Huda, et al. (2020) diperoleh yaitu tidak terdapat pengaruh signifikan antara Inovasi Produk terhadap terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah. Gradistya dan Farida (2016) diperoleh yaitu Inovasi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Selanjutnya Inovasi berperan sebagai variabel mediasi parsial. Keterkaitan antara variabel inovasi terhadap kinerja melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi dinyatakan sebagai hipotesis ketujuh.

H₇ : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara inovasi terhadap kinerja dimediasi keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi.

2.4. Kerangka Berpikir

Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi dengan kinerja dimediasi oleh keunggulan bersaing pada UMKM Kuliner di Yogyakarta dapat digambarkan dengan anak panah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan usaha untuk menemukan jawaban terhadap suatu permasalahan, mengembangkan dan menguji kebenaran dari suatu teori, dengan menggunakan cara-cara ilmiah. Untuk itu maka penelitian harus bersifat sistematis, logis dan berkesinambungan. Hal ini sangatlah berarti karena hasil penelitian harus mengarah kepada objektivitas sehingga hasilnya benar-benar objektif dan dapat dipertanggungjawabkan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey. Pada penelitian survey, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data utama.

3.2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli-Agustus 2023.

3.3. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan salah satu elemen yang bertujuan untuk menseleksi beberapa tahap proses dalam pengambilan sampel. (Sekaran dan Bougie, 2016). Objek pada penelitian ini di UMKM di Yogyakarta. Sekaran dan Bougie (2016), subjek penelitian merupakan suatu anggota dari sampel,

sebagaimana elemen adalah satu anggota dari populasi. Subjek pada penelitian ini adalah pelaku UMKM Kuliner di Yogyakarta.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Sekaran dan Bougie (2016), populasi adalah sekelompok orang, hal-hal atau peristiwa menarik yang ingin diselidiki oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan berdasarkan sampel statistik. Populasi pada penelitian ini seluruh pelaku UMKM Kuliner di Pajangan kabupaten Bantul.

3.4.2 Sampel

Sekaran dan Bougie (2016), bahwa sampel merupakan perwakilan dari populasi karena jumlah populasi tidak memungkinkan untuk digunakan secara keseluruhan, dimana terdapat keterbatasan waktu, tenaga dan dana. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu objek.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini memakai *nonprobability sampling* dengan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan tujuan tertentu (Sekaran dan Bougie, 2016). Penelitian ini memakai sampel sebanyak 60 UMKM. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Sekaran dan Bougie (2016) yang memberikan aturan praktis dalam menentukan jumlah sampel yang diantaranya menyatakan bahwa ukuran sampel

yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 sesuai untuk sebagian besar penelitian. Alasan peneliti menggunakan *insidental sampling* karena tidak semuanya hadir atau bahkan bisa berhalangan saat diadakannya penelitian yang akan dilakukan.

3.5. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada dua sumber, yaitu:

1. Data Primer

Menurut Sekaran dan Bougie (2016) data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti mengenai variabel untuk tujuan tertentu studi. Data primer yang dipakai dalam penelitian ini adalah hasil penelitian berupa kuisisioner orientasi kewirausahaan, inovasi, kinerja dan keunggulan bersaing dengan melakukan penyebaran kepada responden untuk di isi, melakukan wawancara, pengamatan di UMKM kuliner

2. Data Sekunder

Sekaran dan Bougie (2016) data sekunder adalah data yang sudah ada dan tidak dikumpulkan oleh peneliti secara langsung. Data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumentasi perusahaan, dari literatur, tulisan-tulisan atau bacaan-bacaan yang ada hubungannya dengan masalah yang akan diteliti.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan model yang dipakai dalam melakukan pengumpulan data yang diperlukan. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

1. Pengamatan

Pengamatan merupakan cara pengumpulan informasi dari masyarakat untuk menggambarkan, membandingkan, atau menjelaskan pengetahuan, perilaku, dan sikap mereka (Sekaran dan Bougie, 2016). Observasi pada penelitian ini adalah pengumpulan data yang dilakukan secara langsung terhadap subyek dan obyek penelitian dengan melihat, mendengar dan perasaan lalu dilakukan pencatatan dan perangkuman.

2. Angket (Kuesioner)

Angket merupakan pertanyaan atau pernyataan tertulis, sebelumnya sudah dirancang untuk mengumpulkantanggapan dari responden, biasanya sudah diberi alternatif jawabanyangmendekati (Sekaran dan Bougie, 2016). Kuesioner dalam penelitian ini bersifat tertutup atau sudah disediakan jawabannya.

Penilaian kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Sekaran dan Bougie (2016), skala likert merupakan skala pengukuran yang dirancang untuk menjelaskan tingkat seseorang setuju terhadap sebuah pertanyaan atau pernyataan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrumen dengan menggunakan angket atau kuesioner dengan pemberian skor dengan ketentuan sebagai

berikut yaitu Sangat Setuju (SS) diberi skor 4, Setuju (S) diberi skor 3, Tidak Setuju diberi skor 2 (TS), dan Sangat Tidak Setuju diberi skor (STS) 1 (Sekaran dan Bougie, 2016). Alasan peneliti menghilangkan ragu-ragu/cukup setuju karena supaya penelitian yang dihasilkan tidak bias. Jawaban dari responden dijumlahkan keseluruhan itulah yang menunjukkan orientasi kewirausahaan, inovasi, kinerja dan keunggulan bersaing responden. Pengukurun yaitu dengan menjumlahkan keseluruhan nilai responden dibagi total skor tertinggi dikalikan dengan 100%. Untuk mengetahui tingkat orientasi kewirausahaan, inovasi, kinerja dan keunggulan bersaing diukur mengacu teori menurut Arikunto (2013) dengan kriteria sebagai berikut : 1) Baik >75%, 2) Cukup baik 60-75 dan 3) Tidak Baik < 60.

3.7. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang dapat diukur atau diambil nilai yang berbeda pada waktu yang berbeda terhadap objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama terhadap objek atau orang yang berbeda (Sekaran dan Bougie, 2016). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Eksogen (Variabel Independen)

Variable eksogen (independen) sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Variabel eksogen adalah variabel yang dapat mempengaruhi atau dapat menjadi sebab dari perubahan atau timbulnya variabel endogen baik secara positif maupun negatif

(Sekaran dan Bougie, 2016). Pada penelitian ini yang dijadikan variabel eksogen yaitu :

a. Orientasi Kewirausahaan (X_1)

Orientasi kewirausahaan merupakan rangkaian kegiatan dan proses kreatif yang disertai dengan perilaku kewirausahaan yang memberdayakan perusahaan untuk menembus pasar baru. Pada penelitian ini indikator yang akan diteliti adalah menurut penelitian Ndubisi dan Iftikhar (2012), yang terdiri dari 1) pengambilan resiko, 2) pro aktif dan 3) otonomi. Skala pengukuran menggunakan skala likert.

b. Inovasi (X_2)

Inovasi adalah proses mewujudkan ide baru, yang berbeda dengan yang dulu, dengan cara produksi atau dengan membuatnya menjadi nyata, dimana inovasi termasuk generasi evaluasi, konsep baru dan implementasi. Pada penelitian ini indikator yang akan diteliti adalah menurut Rajapathirana dan Hui (2018) yang terdiri dari 1) inovasi produk, 2) inovasi organisasi dan 3) inovasi pasar. Skala pengukuran menggunakan skala likert.

2. Variabel Endogen (Variabel Dependen)

Variabel endogen (dependen) sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel endogen adalah variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam penelitian (Sekaran dan

Bougie, 2016). Variabel endogen pada penelitian ini adalah kinerja (Y). Kinerja adalah merupakan sebagai hasil dari seorang karyawan dalam melaksanakan tanggung jawab atau pekerjaannya selama periode tertentu yang telah di sepakati. Pada penelitian ini indikator yang akan diteliti adalah menurut Mangkunegara (2016) yang terdiri dari 1) kualitas kerja, 2) kuantitas kerja, 3) pelaksanaan tugas, 4) tanggung jawab terhadap pekerjaan. Skala pengukuran menggunakan skala likert.

3. Variabel Mediasi

Sekaran dan Bougie (2016), variabel mediasi adalah variabel yang muncul di permukaan sebagai fungsi dari variabel bebas dan membantu dalam mengkonseptualisasikan dan menjelaskan pengaruh variabel bebas pada variabel terikat. Variabel mediasi pada penelitian ini adalah keunggulan bersaing (Z). Keunggulan bersaing sebagai hasil dari proses perumusan strategi yang diadopsi oleh suatu perusahaan dengan tujuan memberikan nilai tambah (diferensiasi dan biaya rendah) kepada pelanggan sehingga menghasilkan posisi yang menguntungkan bagi perusahaan. atas pesaingnya untuk jangka waktu tertentu. Pada penelitian ini indikator yang akan diteliti adalah menurut Dalimunthe (2017) yang terdiri dari 1) keunikan produk, 2) harga bersaing, 3) tidak mudah ditiru. Skala pengukuran menggunakan skala likert.

Selanjutnya Peneliti mengembangkan alat pengumpulan data penelitian dengan mengacu pada variabel yang diteliti. Adapun variabel yang diteliti mencakup orientasi kewirausahaan (X1), inovasi etos kerja (X2), keunggulan

bersaing (Z) dan kinerja UMKM (Y). Selanjutnya pengumpulan data dikembangkan dengan angket yang berbentuk skala likert dengan alternative jawaban untuk masing-masing variabel diberikan skor sebagai berikut: selalu/sangat setuju, sering/setuju, kadang-kadang/ragu-ragu, hampir tidak pernah/tidak setuju, tidak pernah/tidak sangat setuju.

Alat ini dikembangkan mengacu pada teori yang mendasari pada penelitian tersebut, dari teori-teori yang mendasari maka selanjutnya dijabarkan kedalam item pertanyaan atau pernyataan seperti yang dikembangkan dalam kisi-kisi dibawah ini:

Tabel 1. Kisi-Kisi variable

No	Variabel	Indikator	Teori	Skala Ukur	Sumber Data	No Item	Jumlah
1	Orientasi Kewirausahaan (X ₁)	Pengambilan resiko	Ndubisi dan Iftikhar (2012)	Likert	Primer	1, 2, 3	3
		Pro aktif				4, 5, 6	3
		Otonomi				7, 8, 9	3
2	Inovasi (X ₂)	Inovasi produk	Rajapathirana dan Hui (2018)	Likert	Primer	1, 2, 3	3
		Inovasi organisasi				4, 5, 6	3
		Inovasi pasar				7, 8, 9	3
3	Keunggulan Bersaing (Z)	Keunikan produk	Dalim unthe (2017)	Likert	Primer	1, 2, 3	3
		Harga bersaing				4, 5, 6	3
		Tidak mudah ditiru				7, 8, 9	3
4	Kinerja UMKM (Y)	Kualitas kerja	Mangunegara (2016)	Likert	Primer	1, 2	2
		Kuantitas kerja				3, 4	2
		Pelaksanaan tugas				5, 6	2
		Tanggung jawab terhadap pekerjaan				7, 8	2

3.8. Uji Kualitas Instrument

Pengujian instrumen bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai sudah atau belum terpenuhinya persyaratan.

1. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk untuk mendapatkan alat ukur yang sah dan terpercaya. Hasil uji coba dianalisis dengan bantuan komputer seri program statistik (SPSS).

Kriteria pengujian suatu butir dikatakan valid atau sah apabila koefisien korelasi r_{xy} sama dengan atau $>$ dari r_{tabel} pada taraf signifikansi 5%, jika $r_{xy} < r_{tabel}$ maka butir tersebut tidak valid atau sah (Arikunto, 2013).

2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang baik selain valid juga harus reliabel atau dapat diandalkan. Instrumen dikatakan reliabel jika memberikan hasil yang tetap walaupun dilakukan kapan saja dan oleh siapa saja. Untuk menguji reliabilitas instrumen pada penelitian ini digunakan rumus koefisien Alpha dan dengan bantuan komputer seri program statistik (SPSS). Uji reliabilitas dengan cara membandingkan angka *cronbach alpha* dengan ketentuan nilai *cronbach alpha* minimal 0,6. Artinya jika nilai *cronbach alpha* yang diperoleh dari hasil perhitungan SPSS lebih besar dari 0,6 maka disimpulkan kuesioner tersebut *reliabel*, sebaliknya jika *cronbach alpha* lebih kecil dari 0,6 maka disimpulkan *tidak reliabel* (Ghozali, 2019).

3.9. Teknik Analisis Data

3.9.1. Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif ini digunakan untuk memberikan gambaran/ deskripsi mengenai variabel-variabel penelitian yang berasal dari jawaban responden. Analisis ini memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, minimum (Ghozali, 2019).

3.9.2. Analisis karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden pada penulisan ini adalah usia dan pendidikan. Rumus yang digunakan dalam analisis karakteristik responden adalah sebagai berikut :

$$P = (f/N) \times 100\%$$

Keterangan :

P = Angka persentase

N = Jumlah frekuensi

F = Frekuensi yang sedang dicari persentasenya

3.9.3. Analisa Structural Equation Modelling (SEM)

Pada penelitian ini, menggunakan analisis data *Structural Equation Model*, dengan menggunakan bantuan software *Partial Least Square*. SEM (*Structural Equation Modeling*) banyak digunakan dalam berbagai bidang ilmu dan dikembangkan sebagai jalan keluar dalam berbagai kesulitan yang terjadi dalam analisis multivariat. Latan (2012) dalam Haryono (2017), mengatakan bahwa model persamaan

struktural (*Structural Equation Modeling*) adalah teknik analisis multivariat generasi kedua yang menggabungkan analisis faktor dan jalur sehingga memungkinkan bagi peneliti untuk menguji serta mengestimasi secara simultan hubungan antara multiple exogeneous dan endogeneous dengan banyak indikator.

Model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*) adalah generasi kedua teknik analisis multivariat yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel yang kompleks baik *recursive* maupun *non recursive* untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai keseluruhan model (Haryono, 2017).

3.9.4. Partial Equation Model (PLS)

Menurut Wiyono (2011), *Partial Least Square* (PLS) adalah salah satu teknik *Structural Equation Model* yang mampu menganalisis variabel laten, variabel indikator dan kesalahan pengukuran secara langsung. *Partial Least Square* (PLS) merupakan metode analisis yang kuat karena dapat diterapkan pada semua skala data, tidak banyak membutuhkan asumsi, dan ukuran sampel tidak harus besar. *Partial Least Square* (PLS) juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. Menurut Haryono (2017), tujuan *Partial Least Square* (PLS) untuk memprediksi variable dependen dengan melibatkan banyak variable independen. *Partial Least Square* (PLS) dalam menilai menggunakan dua model, yaitu:

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran (*outer model*), pengukuran ini digunakan untuk menilai model validitas dan reliabilitas. Menurut Haryono (2017) ada tiga kriteria untuk menilai *outer model* yaitu:

a. *Convergent Validity*

Uji *convergent validity* dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk setiap indikator konstruk. *Rule of thumb* yang biasanya digunakan untuk menilai *convergent validity* yaitu nilai *loading factor* $> 0,7$ untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai *loading factor* antara $0,5 - 0,7$ untuk penelitian yang bersifat *explatory* masih dapat diterima serta nilai *average variance extracted (AVE)* harus $> 0,5$.

b. *Discriminant Validity*

Untuk menguji *discriminant validity* dengan indikator refleksif yaitu dengan melihat nilai *cross loading* untuk setiap variabel harus $> 0,70$. Namun, ada cara lain yang digunakan yaitu dengan membandingkan akar kuadrat dari nilai *average variance extracted (AVE)* untuk setiap konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk dalam model. Jika akar kuadrat nilai *average variance extracted (AVE)* $>$ korelasi antar konstruk dalam model maka dikatakan

memiliki *discriminant validity* yang baik. Nilai AVE direkomendasikan $> 0,50$.

c. *Composite Reliability*

Rule of thumb yang biasanya digunakan untuk menilai reliabilitas konstruk yaitu nilai *composite reliability* $> 0,7$ untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* dan nilai $0,6 - 0,7$ masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory*.

2. Evaluasi model struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural (*inner model*) menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori substansif.

a. R-Square (R^2)

Untuk menilai model struktural dengan melihat signifikansi hubungan antar variabel. Menurut Ghazali dan Latan (2015) menjelaskan bahwa perubahan pada nilai R-square dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh pada variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel endogen yang memiliki pengaruh substansif. Kriteria nilai R-square terdiri dari tiga, yaitu 0.67, 0.33 dan 0.19 sebagai substansial, sedang (*moderate*) dan lemah (*weak*).

b. Uji Hipotesis

Uji ini menggunakan keseluruhan sampel asli untuk resampling kembali (Ghozali dan Latan, 2015). Pada

metode ini, nilai signifikan yang digunakan two tailed yaitu t-value 1.65 (*significance level* = 10%), 1.96 (*significance level* = 5%) dan 2.58 (*significance level* = 1%).

3.9.5. Analisis SEM dengan Efek Mediasi

Uji efek mediasi dalam penelitian analisis dengan menggunakan PLS dengan prosedur yang dikembangkan oleh Baron dan Kenny 1998 dalam Ghozali dan Latan (2015), sebagai berikut:

1. Model pertama, yaitu menguji pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dan harus signifikan pada t-statistik > 1.96
2. Model kedua, yaitu menguji pengaruh variabel eksogen terhadap variabel mediasi dan harus signifikan pada t-statistik > 1.96
3. Model ketiga, yaitu menguji secara simultan pengaruh variabel eksogen dan mediasi terhadap variabel endogen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, kuesioner disebarakan kepada 100 (seratus) pada UMKM Industri Kuliner dan semuanya mengembalikan kuisisioner yang telah diberikan. Sehingga total kuesioner yang digunakan sumber data dan dapat diolah pada penelitian ini dengan menggunakan *software* PLS 4.0

4.1 Hasil penelitian

4.1.1 Karakteristik Deskriptif Responden Penelitian

Karakteristik responden disusun berdasarkan hasil jawaban dari pertanyaan kuisisioner yang telah diisi oleh responden yang terdiri dari jenis kelamin, umur, pendidikan, pendapatan. Karakteristik responden dapat terlihat dalam hasil dibawah ini dalam uraian berikut:

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-Laki	47	47
Perempuan	53	53
Jumlah	100	100

Sumber: Pengolahan data primer, 2023

Sesuai tabel diatas diperoleh yaitu sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 53 responden (53%).

Tabel 3. Usia Responden

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
17-25 Tahun	10	10
26-35 tahun	31	31
36-45 tahun	36	36
> 45 tahun	23	23
Jumlah	100	100

Sumber: Pengolahan data primer, 2023

Sesuai tabel diatas diperoleh yaitu sebagian besar responden berusia 36-45 tahun, yaitu sebanyak 36 responden (36%).

Tabel 4. Pendidikan Responden

Pendidikan	Frekuensi	Presentase (%)
SD	8	8
SMP	11	11
SMK/SMA	68	68
Sarjana	13	13
Jumlah	100	100

Sumber: Pengolahan data primer, 2023

Sesuai tabel diatas diperoleh yaitu sebagian besar responden tingkat pendidikannya SMK/SMA, yaitu sebanyak 68 responden (68%).

Tabel 5. Pendapatan Responden

Pendapatan	Frekuensi	Presentase (%)
< Rp 1.000.000	9	9
Rp 1.000.000-2.500.000	51	51
Rp 2.600.000-5.000.000	23	23
> Rp 5.000.000	17	17
Jumlah	100	100

Sumber: Pengolahan data primer, 2023

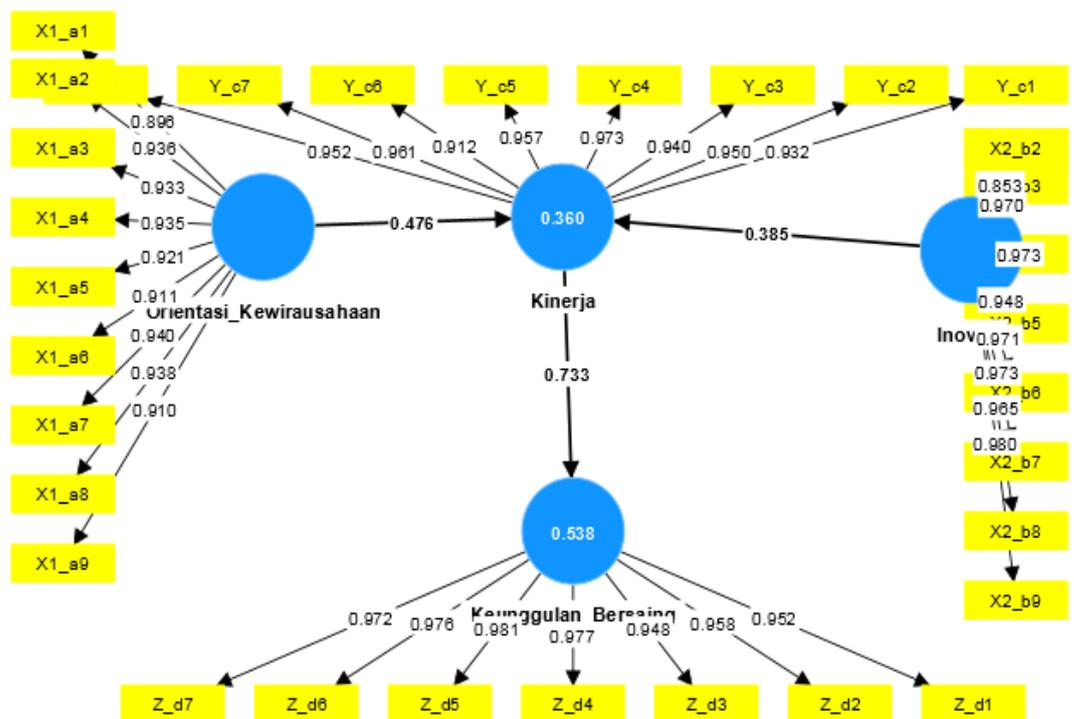
Sesuai tabel diatas diperoleh yaitu sebagian besar responden berpendapatan Rp 1.000.000-2.500.000, yaitu sebanyak 51 responden (51%).

4.1.2 Analisis Kuantitatif

Pada penelitian kuantitatif, analisa data merupakan langkah yang harus dilakukan setelah data dari semua responden terkumpul. Langkah selanjutnya yang dapat dilakukan yaitu dengan mengelompokkan data

berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data sesuai variabel dari semua responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan guna untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Analisa data digunakan untuk mengetahui hasil dari penelitian tersebut akan diterima atau ditolak.

1. Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)



Gambar 2. Pengujian Model Pengukuran

Sumber: Data primer diolah, 2023

Pada gambar diatas konstruk orientasi kewirausahaan diukur dengan 3 indikator dengan 9 item pernyataan, selanjutnya konstruk inovasi diukur dengan 3 indikator dengan 9 item pernyataan, konstruk keunggulan bersaing diukur dengan 3

indikator dengan 7 item pernyataan, dan yang terakhir konstruk kinerja UMKM diukur dengan 4 indikator dengan 8 item pernyataan.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Laten

Pada pengujian ini digunakan untuk menilai *outer model* yang meliputi *convergent validity* yang diukur dari nilai *outer loading* dan *composite reliability* (CR) untuk mengukur tingkat reliabilitas.

a. *Convergent Validity*

Convergent Validity diukur dengan menggunakan parameter *outer loading* dan AVE (*Average Variance Extracted*). Ukuran refleksif individual dikatakan berkorelasi apabila nilainya lebih dari 0,7 dengan konstruk yang ingin diukur (Ghozali dan Latan, 2015).

Tabel 6. Hasil Uji *Convergent Validity – Loading Factor*

Konstruk	Item	<i>Loading Factor</i>	Kriteria	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X1)	X1_a1	0.900	> 0,7	Handal
	X1_a2	0.933	> 0,7	Handal
	X1_a3	0.930	> 0,7	Handal
	X1_a4	0.932	> 0,7	Handal
	X1_a5	0.925	> 0,7	Handal
	X1_a6	0.915	> 0,7	Handal
	X1_a7	0.937	> 0,7	Handal
	X1_a8	0.934	> 0,7	Handal
	X1_a9	0.914	> 0,7	Handal
Inovasi (X2)	X2_b1	0.961	> 0,7	Handal
	X2_b2	0.849	> 0,7	Handal
	X2_b3	0.971	> 0,7	Handal
	X2_b4	0.974	> 0,7	Handal
	X2_b5	0.949	> 0,7	Handal

	X2_b6	0.971	> 0,7	Handal
	X2_b7	0.973	> 0,7	Handal
	X2_b8	0.965	> 0,7	Handal
	X2_b9	0.981	> 0,7	Handal
Keunggulan Bersaing (Z)	Z_d1	0.952	> 0,7	Handal
	Z_d2	0.958	> 0,7	Handal
	Z_d3	0.948	> 0,7	Handal
	Z_d4	0.976	> 0,7	Handal
	Z_d5	0.981	> 0,7	Handal
	Z_d6	0.976	> 0,7	Handal
	Z_d7	0.972	> 0,7	Handal
Kinerja (Y)	Y_c1	0.932	> 0,7	Handal
	Y_c2	0.949	> 0,7	Handal
	Y_c3	0.940	> 0,7	Handal
	Y_c4	0.973	> 0,7	Handal
	Y_c5	0.957	> 0,7	Handal
	Y_c6	0.912	> 0,7	Handal
	Y_c7	0.961	> 0,7	Handal
	Y_c8	0.952	> 0,7	Handal

Sumber : Data primer di olah, 2023

Berdasarkan nilai loading yang ada pada tabel diatas, empat konstruk atau item dari variabel penelitian sudah memenuhi syarat yaitu nilainya lebih dari 0,7. Dengan demikian tidak diperlukan adanya hasil pengujian *path diagram*

b. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity digunakan untuk menguji validitas suatu model. *Discriminant Validity* dilihat melalui nilai *cross loading* yang menunjukkan besarnya korelasi antar konstruk dengan indikatornya dan indikator dari konstruk lainnya. Standar nilai yang digunakan untuk *cross loading* yaitu harus lebih besar dari 0,7 atau dengan membandingkan nilai *square root of average variance*

extracted (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik.

Tabel 7. Nilai *Cross Loading*

Indikator	Orientasi Kewirausahaan	Kinerja	Keunggulan Bersaing	Inovasi
X1_a1	0.900	0.413	0.329	-0.059
X1_a2	0.933	0.429	0.286	-0.125
X1_a3	0.930	0.411	0.287	-0.045
X1_a4	0.932	0.392	0.286	-0.040
X1_a5	0.925	0.452	0.411	0.016
X1_a6	0.915	0.458	0.389	0.036
X1_a7	0.937	0.431	0.353	-0.023
X1_a8	0.934	0.423	0.314	-0.062
X1_a9	0.914	0.412	0.357	-0.063
X2_b1	-0.059	0.288	0.337	0.961
X2_b2	0.083	0.461	0.431	0.849
X2_b3	-0.071	0.281	0.332	0.971
X2_b4	-0.033	0.334	0.377	0.974
X2_b5	-0.053	0.345	0.385	0.949
X2_b6	-0.071	0.348	0.382	0.971
X2_b7	-0.067	0.322	0.358	0.973
X2_b8	-0.046	0.354	0.368	0.965
X2_b9	-0.075	0.328	0.364	0.981
Y_c1	0.445	0.932	0.741	0.346
Y_c2	0.455	0.949	0.684	0.374
Y_c3	0.441	0.940	0.746	0.343
Y_c4	0.447	0.973	0.665	0.304
Y_c5	0.444	0.957	0.663	0.271
Y_c6	0.405	0.912	0.642	0.328

Y_c7	0.432	0.961	0.712	0.378
Y_c8	0.422	0.952	0.693	0.398
Z_d1	0.330	0.698	0.952	0.339
Z_d2	0.392	0.746	0.958	0.420
Z_d3	0.414	0.669	0.948	0.305
Z_d4	0.310	0.724	0.976	0.380
Z_d5	0.343	0.704	0.981	0.405
Z_d6	0.348	0.706	0.976	0.382
Z_d7	0.333	0.708	0.972	0.415

Sumber : Data primer di olah, 2023

c. *Composite Reliability*

Kriteria reliabilitas dapat dilihat dari nilai *composite reliability* dari masing-masing variabel. Nilai batas untuk tingkat reliabilitas lebih besar dari 0,7. Seperti yang dijelaskan pada tabel dibawah:

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas – *Composite Reliability*

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_a	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Inovasi	0.988	0.992	0.990	0.914
Keunggulan Bersaing	0.988	0.989	0.990	0.934
Kinerja	0.984	0.984	0.986	0.897
Orientasi Kewirausahaan	0.979	0.981	0.981	0.854

Sumber: Data primer diolah, 2023

Sesuai tabel diatas diperoleh yaitu nilai semua variabel mempunyai nilai Cronbach's Alpha ataupun Composite Reliability lebih besar 0,7. Maka kesimpulannya yaitu semua item pernyataan dinyatakan handal dan juga reliabel.

3. Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Model structural dalam PLS (*Partial Least Square*)

dievaluasi dengan menggunakan *R-Square* konstruk dependen, nilai koefisien path atau *t-values* tiap path untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model structural.

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

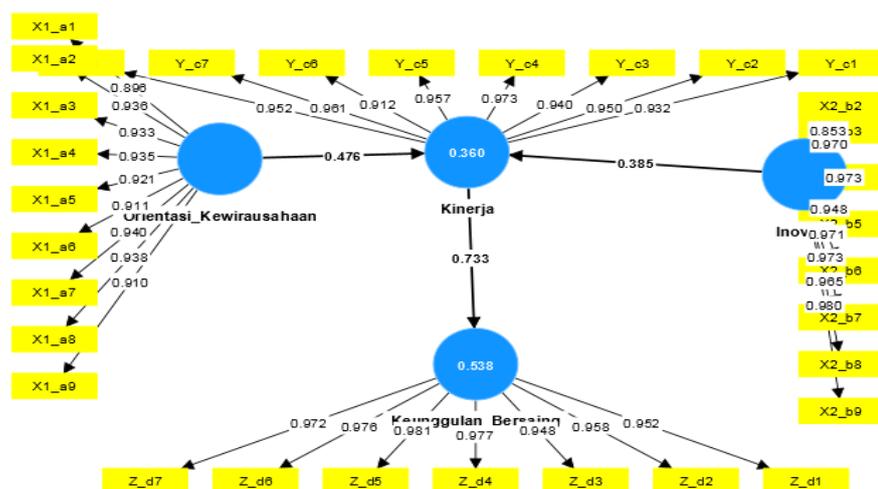
Tabel 9. Hasil Pengujian *Goodness ofFit*

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Kinerja Pegawai	0.598	0.585

Sumber : Data primer di olah, 2023

Sesuai tabel diatas diperoleh yaitu nilai adjusted R-Square dari variabel Kinerja Pegawai sebesar 0,598, nilai tersebut artinya bahwa variabel Kinerja UMKM dapat dijelaskan dengan variabel orientasi kewirausahaan, inovasi dan keunggulan bersaing sebesar 59,8% dan sisanya 40,2% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

b. Uji Hipotesis



Gambar 3. Hasil Uji Hipotesis

Sumber: Data primer diolah, 2023

Sesuai gambar diatas maka dilakukan penjelasan hasil dari uji model struktural seperti berikut ini, yaitu :

Tabel 10. Uji Hipotesis

Variabel	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Orientasi Kewirausahaan -> Kinerja UMKM	0.477	0.477	0.077	6.167	0.000*
Inovasi -> Kinerja UMKM	0.383	0.391	0.077	4.993	0.000*
Orientasi Kewirausahaan -> Keunggulan Bersaing	0.382	0.385	0.088	4.335	0.000*
Inovasi -> Keunggulan Bersaing	0.408	0.413	0.087	4.672	0.000*
X1*Z -> Kinerja UMKM	0.223	0.228	0.061	3.688	0.000*
X2*Z -> Kinerja UMKM	0.238	0.243	0.057	4.208	0.000*
Keunggulan Bersaing -> Kinerja UMKM	0.584	0.589	0.065	9.018	0.000*

Ket : * = Sign < 0,05

Berdasarkan tabel diatas untuk penentuan hipotesis diterima atau ditolak dijelaskan sebagai berikut :

1) Pengujian Hipotesis Pertama

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas diperoleh nilai original sampel sebesar 0,477, mempunyai nilai t statistic sebesar 6.167 dan nilai sig 0.000. Dikarenakan nilai sig < 0,05 yaitu 0.000 < 0,05 maka dapat diartikan bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh signifikan dengan kinerja

UMKM. Sehingga hipotesis pertama menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan orientasi kewirausahaan dengan kinerja UMKM **TERBUKTI**.

2) Pengujian Hipotesis Kedua

Berdasarkan hasil uji t tabel diatas diperoleh nilai original sampel sebesar 0.383, memiliki nilai t statistic sebesar 4.993 dan nilai sig 0.000. Dikarenakan nilai sig < 0,05 yaitu $0.000 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa inovasi mempunyai pengaruh signifikan dengan kinerja UMKM. Sehingga hipotesis kedua menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan komunikasi dengan kinerja UMKM **TERBUKTI**.

3) Pengujian Hipotesis Ketiga

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas diperoleh nilai original sampel sebesar 0.382, memiliki nilai t statistic sebesar 4.335 dan nilai sig 0.000. Dikarenakan nilai sig > 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh signifikan dengan keunggulan bersaing. Sehingga hipotesis ketiga menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan orientasi

kewirausahaan dengan keunggulan bersaing
TERBUKTI.

4) Pengujian Hipotesis Keempat

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas diperoleh nilai original sampel sebesar 0.408, memiliki nilai t statistic sebesar 4.672 dan nilai sig 0.000. Dikarenakan nilai sig < 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa inovasi mempunyai pengaruh signifikan dengan keunggulan bersaing. Sehingga hipotesis keempat menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan inovasi dengan keunggulan bersaing **TERBUKTI.**

5) Pengujian Hipotesis Kelima

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas diperoleh nilai original sampel sebesar 0.584, memiliki nilai t statistic sebesar 9.018 dan nilai sig 0.000. Dikarenakan nilai sig < 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa inovasi mempunyai pengaruh signifikan dengan keunggulan bersaing. Sehingga hipotesis kelima menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan keunggulan bersaing dengan kinerja UMKM **TERBUKTI.**

6) Pengujian Hipotesis Keenam

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas diperoleh nilai original sampel sebesar 0.223 dan memiliki nilai t statistic sebesar 3.688 dan nilai sig 0.000. Dikarenakan nilai sig < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 yaitu maka dapat diartikan bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh signifikan dengan kinerja UMKM. Sehingga hipotesis keenam menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan keunggulan bersaing memediasi orientasi kewirausahaan dengan kinerja UMKM **TERBUKTI**.

7) Pengujian Hipotesis Ketujuh

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas diperoleh nilai original sampel sebesar 0.238 dan memiliki nilai t statistic sebesar 4.208 dan nilai sig 0.000. Dikarenakan nilai sig < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 yaitu maka dapat diartikan bahwa inovasi mempunyai pengaruh signifikan dengan kinerja UMKM. Sehingga hipotesis ketujuh menjelaskan bahwa keunggulan bersaing memediasi inovasi dengan kinerja UMKM **TERBUKTI**.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Data Deskriptif

Penelitian yang dilakukan pada UMKM Industri Kuliner melibatkan 100 responden. Demografi responden didominasi oleh perempuan, yaitu sebanyak 53 responden (53%), dengan usia 36-45 tahun sebanyak 36 responden (36%), pendidikan SMK/SMA sebanyak 68 responden (68%), pendapatan Rp 1.000.000-2.500.000 sebanyak 51 responden (51%).

4.2.2 Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM Kuliner di Yogyakarta

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai original sampel sebesar 0,477, memiliki nilai t statistic sebesar 6.167 dan nilai sig 0.000. Dikarenakan nilai $\text{sign} < 0,05$ yaitu $0.000 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Sehingga hipotesis pertama menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM terbukti kebenarannya. Ini berarti bahwa orientasi kewirausahaan memiliki nilai yang tinggi. Dalam hal ini, UMKM dapat meningkatkan kinerja UMKM ketika memberikan pelayanan kepada pelanggan, mengenali dan membantu memperjelas keinginan kelompok produk yang dijual, juga mendengarkan kritik dan saran dapat memperbaiki orientasi kewirausahaan UMKM tersebut. Orientasi kewirausahaan yang baik secara langsung dapat meningkatkan kinerja. Selain itu juga semakin tepat orientasi kewirausahaan tersebut ditetapkan maka akan meningkatkan kinerja. Namun sebaliknya, semakin tidak tepatnya orientasi

kewirausahaan yang ditetapkan oleh pelaku bisnis maka tidak dapat memberikan hasil peningkatan kinerja.

Orientasi kewirausahaan begitu berperan dalam peningkatan tingkat efisien UMKM, hal ini dikarenakan orientasi kewirausahaan keharusan harus mampu untuk melakukan inovasi, tindakan yang aktif dan pengambilan risiko. Dengan daya, untuk menjadi lebih bagus, perusahaan/organisasi harus bisa mensupport ketepatangunaan UMKM dan perusahaan tersebut mamapu melakukan persaingan dengan perusahaan/organisasi lainnya

Orientasi kewirausahaan UMKM yang semakin bagus, seperti melakukan kreatifitas, konstruktif, dan berani dalam pengambilan risiko, semakin bagus dalam mencapai tingkat berhasil perusahaan/organisasi, dan sebaliknya. Hal ini akan membuat para pebisnis untuk dapat melakukan pengembangan gagasan-gagasan yang inovasi dengan terfokus pada tujuan, menggagas probabilitas masuk pasar, dan melaksanakan percobaan meskipun terjadi resiko sehingga nantinya bisa menjadi terdepan dalam memeimpin pasar.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Usvita (2015) diperoleh bahwa terjadi pengaruh orientasi kewirausahaan bagu kinerja usaha UKM makanan. Mustikowati dan Tysari (2014), bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan bagi kinerja UMKM. Tirtayasa (2022) diperoleh yaitu orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan bagi kinerja UKM. Astuti, et al. (2021) diperoleh yaitu orientasi kewirausahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja

usaha. Dahana, et al. (2021) diperoleh yaitu orientasi kewirausahaan memiliki efek positif langsung pada kinerja pemasaran.

4.2.3 Pengaruh inovasi terhadap kinerja UMKM Kuliner di Yogyakarta

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai original sampel sebesar 0.383, memiliki nilai t statistic sebesar 4.993 dan nilai sig 0.000. Dikarenakan nilai sig < 0,05 yaitu 0.000 < 0,05 maka dapat diartikan bahwa inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Sehingga hipotesis kedua menyatakan bahwa komunikasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM terbukti kebenarannya.

Inovasi adalah proses mewujudkan ide baru, yang berbeda dengan yang dulu, dengan cara produksi atau dengan membuatnya menjadi nyata, dimana inovasi termasuk generasi evaluasi, konsep baru dan implementasi. UKM yang mempunyai inovatif yang bagus akan dapat mencapai kinerja perusahaan/organisasi yang bagus pula. Dengan inovasi yang semakin baik akan membuat perusahaan/organisasi ketika mengembangkan gagasan mengenai produk baru, terpusat pada segala daya untuk bisa menghadirkan produk serta selalu melakukan upaya untuk melakukan pemasaran produk yang sangat bervariasi di pasaran. Pada ujungnya, inovasi yang sudah dilaksanakan sebagai pedoman untuk perusahaan/organisasi untuk menggapai keunggulan bersaing dalam waktu yang cukup lama.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ndubisi dan Iftikhar (2012) diperoleh yaitu Inovasi secara langsung berkaitan dengan kinerja dan menengah dalam hubungan kewirausahaan dengan kinerja. Priatin, et al.

(2017) diperoleh inovasi produk berpengaruh positif dengan kinerja pemasaran. Gradistya dan Farida (2016) diperoleh yaitu inovasi berpengaruh positif ke kinerja pemasaran.

4.2.4 Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner di Yogyakarta

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas diperoleh nilai original sampel sebesar 0.382, memiliki nilai t statistic sebesar 4.335 dan nilai sig 0.000. Dikarenakan nilai sig > 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh signifikan dengan keunggulan bersaing. Sehingga hipotesis ketiga menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan orientasi kewirausahaan dengan keunggulan bersaing terbukti kebenarannya. Semakin tepat orientasi kewirausahaan tersebut ditetapkan maka keunggulan bersaing yang dijalankan akan semakin baik. Namun sebaliknya, semakin tidak tepatnya orientasi kewirausahaan yang ditetapkan oleh pemilik UMKM maka keunggulan bersaing yang dijalankan tidak dapat memenuhi seperti yang telah diharapkan, karena orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing merupakan salah satu proses dalam manajemen strategi.

Untuk mencapai keberlanjutan, pola perilaku kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan dapat dikomunikasikan melalui program pembelajaran dan pengembangan berkelanjutan sesuai kebutuhan dan/atau strategi bisnis untuk meningkatkan kemampuan inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko, sehingga menghasilkan keunggulan bersaing.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Mahmood dan Hanafi (2013)

diperoleh yaitu orientasi kewirausahaan berpengaruh bagi keunggulan bersaing. Sirivanh dan Sukkabot (2014) diperoleh orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Pardi, et al. (2014) diperoleh orientasi kewirausahaan berpengaruh besar terhadap keunggulan bersaing. Tirtayasa (2022) diperoleh yaitu pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing adalah positif dan signifikan. Kiyabo dan Isaga (2020) diperoleh yaitu orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

4.2.5 Pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner di Yogyakarta

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas diperoleh nilai original sampel sebesar 0.408, memiliki nilai t statistic sebesar 4.672 dan nilai sig 0.000. Dikarenakan nilai sig < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 maka dapat diartikan bahwa inovasi mempunyai pengaruh signifikan dengan keunggulan bersaing. Sehingga hipotesis keempat menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan inovasi dengan keunggulan bersaing terbukti kebenarannya.

Perusahaan melalui proses inovatif menemukan cara untuk beroperasi dengan lebih efisien. Inovasi pasar berkontribusi pada kepentingan perusahaan untuk beroperasi secara lebih efektif, di mana mereka membantu perusahaan mengidentifikasi ruang pasar baru di mana ia dapat bersaing (Kuratko, et al. 2001 dalam Zeebaree dan Siron, 2017). Diferensiasi membutuhkan kemampuan inovatif, yang mengarah ke produk baru yang meningkatkan nilai bagi pelanggan, membenarkan harga premium (Lechner

dan Gudmundsson, 2014). Gitau, et al. (2016) juga menekankan bahwa perusahaan harus terus menerus memperkenalkan inovasi baru dan cepat kepada pelanggan mereka untuk menjaga daya saingnya. Dengan demikian, inovasi yang lebih besar akan mengarah pada peningkatan Keunggulan bersaing di perusahaan kecil.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ul Huda, et al. (2020) diperoleh yaitu terdapat pengaruh signifikan antara Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.

4.2.6 Pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja UMKM Kuliner di Yogyakarta

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas diperoleh nilai original sampel sebesar 0.584, memiliki nilai t statistic sebesar 9.018 dan nilai sig 0.000. Dikarenakan nilai sig < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 maka dapat diartikan bahwa inovasi mempunyai pengaruh signifikan dengan keunggulan bersaing. Sehingga hipotesis kelima menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan keunggulan bersaing dengan kinerja UMKM terbukti kebenarannya. Keunggulan bersaing yang baik dapat mampu meningkatkan kinerja.. Hal ini berarti UMKM kuliner sudah menjalankan keunggulan bersaing yang telah ditetapkan sesuai atau baik sehingga dapat memberikan hasil peningkatan kinerja.

Keunggulan bersaing merupakan peraturan laba perusahaan/organisasi yang berkolaborasi agar memperoleh keberhasilan di pasar dengan efisien dan efektif. Perusahaan/organisasi mendapati keunggulan bersaing ketika

perekonomian perusahaan mengalami keuntungan yang diperoleh dari suatu bidang dan juga perusahaan yang melakukan persaingan dan melakukan partisipasi dari kegiatan sejenis/serupa (Tirtayasa, 2022). Keunggulan bersaing diperlukan untuk dapat menghasilkan keuntungan seperti yang diharapkan, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan melanjutkan kelangsungan hidup suatu perusahaan (Djodjono dan Tawas, 2014). Keunggulan bersaing dalam berjumpa menghadapi persaingan merupakan pedoman untuk berhasil suatu UMKM. Keunggulan bersaing dilustrasikan strategi untuk mencari keuntungan perusahaan/organisasi yang melakukan kerja sama untuk membuat keunggulan bersaing di pasar agar dapat menghasilkan kesuksesan. Strategi ini harus dirancang/direncanakan untuk membuat keunggulan bersaing yang kontinu sehingga dapat melakukan penguasaan di semua pasar bisnis. Keunggulan bersaing berawal dari dasar/keuntungan yang diperoleh bisnis untuk konsumen. Umumnya konsumen condong untuk melakukan pembelian produk yang mahal dari yang diharapkan/diinginkan (Maulana, 2014).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Tirtayasa (2022) diperoleh yaitu keunggulan bersaing berpengaruh bagi kinerja UMKM. Kiyabo dan Isaga (2020) diperoleh yaitu keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM.

4.2.7 Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja dimediasi keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai original sampel sebesar 0.223 dan

memiliki nilai t statistic sebesar 3.688 dan nilai sig 0.000. Dikarenakan nilai sig < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 yaitu maka dapat diartikan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Sehingga hipotesis keenam menyatakan bahwa keunggulan bersaing memediasi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM terbukti kebenarannya.

Mahmood dan Hanafi (2013) diperoleh yaitu orientasi kewirausahaan berpengaruh bagi keunggulan bersaing. Sirivanh dan Sukkabot (2014) diperoleh orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Pardi, et al. (2014) diperoleh orientasi kewirausahaan berpengaruh besar terhadap keunggulan bersaing. Tirtayasa (2022) diperoleh yaitu orientasi kewirausahaan berpengaruh bagi keunggulan bersaing. Kiyabo dan Isaga (2020) diperoleh yaitu orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Selanjutnya Ndubisi dan Iftikhar (2012) diperoleh yaitu inovasi secara langsung berkaitan dengan kinerja dan menengah dalam hubungan kewirausahaan dengan kinerja.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Rasyidi (2016) diperoleh terdapat pengaruh tak langsung orientasi dengan kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing. Ul Huda, et al. (2020) diperoleh yaitu tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dan kinerja UKM. Tak terdapat pengaruh signifikan orientasi kewirausahaan dengan Kinerja Usaha Kecil Menengah dengan

dimediasi Keunggulan Bersaing

4.2.8 Pengaruh inovasi terhadap kinerja dimediasi keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas diperoleh nilai original sampel sebesar 0.238 dan memiliki nilai t statistic sebesar 4.208 dan nilai sig 0.000. Dikarenakan nilai sig < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 yaitu maka dapat diartikan bahwa inovasi mempunyai pengaruh signifikan dengan kinerja UMKM. Sehingga hipotesis ketujuh menjelaskan bahwa keunggulan bersaing memediasi inovasi dengan kinerja UMKM terbukti kebenarannya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Gradistya dan Farida (2016) diperoleh yaitu inovasi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Selanjutnya Inovasi berperan sebagai variabel mediasi parsial.

Ndubisi dan Iftikhar (2012) diperoleh yaitu inovasi secara langsung berkaitan dengan kinerja. Gradistya dan Farida (2016) diperoleh yaitu Inovasi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Selanjutnya Inovasi berperan sebagai variabel mediasi parsial. Selanjutnya Ndubisi dan Iftikhar (2012) diperoleh yaitu inovasi secara langsung berkaitan dengan kinerja dan menengahi dalam hubungan kewirausahaan dengan kinerja. Priatin, et al. (2017) diperoleh inovasi produk berpengaruh positif dengan kinerja pemasaran, dimana selanjutnya inovasi produk berperan sebagai variabel mediasi parsial.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Ul Huda, et al. (2020) diperoleh yaitu tidak terdapat pengaruh signifikan antara Inovasi Produk

terhadap terhadap kinerja UKM. Tak terdapat pengaruh signifikan inovasi produk dengan kinerja UKM dengan dimediasi keunggulan bersaing.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada pada UMKM Industri Kuliner tentang pengaruh-pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi terhadap kinerja UMKM dengan di mediasi keunggulan bersaing, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM.
2. Terdapat pengaruh inovasi terhadap kinerja UMKM.
3. Terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing.
4. Terdapat pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing.
5. Terdapat pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja UMKM
6. Terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM dimediasi keunggulan bersaing.
7. Terdapat pengaruh inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM dimediasi keunggulan bersaing.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diatas, penulis dapat menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Orientasi kewirausahaan yang dimiliki beberapa para pengusaha Ingkung Ayam Jawa berada pada tingkat yang baik maka para pengusaha harus dapat mempertahankan dan meningkatkan orientasi

kewirausahaannya dengan meningkatkan indikator keinovatifan, pengambilan resiko dan keproaktifan dengan menggunakan metode atau teknologi terbaru dalam penjualan, lebih berani mengambil resiko dan lebih aktif dalam memasarkan produk terbaru sehingga orientasi kewirausahaan para pengusaha keripik buah akan meningkat.

2. Keunggulan bersaing UMKM berada pada tingkat baik maka para pengusaha harus mempertahankan dan meningkatkan keunggulan bersaingnya dengan meningkatkan indikator keunikan produk dan biaya dengan lebih memunculkan kekhasan Inkung Ayam Jawa dan mengurangi harga jual dengan mengurangi biaya produksi dan meningkatkan kualitas produk yang berada dalam kategori cukup baik dengan selalu mengadakan evaluasi kualitas produk secara berkala agar kualitas produk bisa dipertahankan ataupun ditingkatkan agar keunggulan bersaing Inkung Ayam Jawa dapat meningkat.
3. UMKM Industri kuliner dalam mempertahankan pelanggan harus terus dapat memperbaiki kekurangan yang dimiliki oleh masing-masing UMKM industri kuliner.
4. UMKM industri kuliner harus lebih memperhatikan dan melibatkan karyawannya untuk meningkatkan kinerja UMKM.
5. Peneliti berikutnya diharapkan menggunakan sampel yang lebih besar dalam penelitiannya agar lebih akurat dan menggunakan

variabel lainnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM.

6. Untuk penelitian berikutnya sisa variabel lainnya yang mempengaruhi variabel kinerja UMKM 40,2% diharapkan bisa menjadi lebih kecil persentase sisa variabel lainnya yang mempengaruhi variabel kinerja UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfulailah, F., & Soehari, T D. 2020. Pengaruh Inovasi, Teknologi Informasi, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha. *Akademika* Vol 9 No. 2, pp 161-176
- Alsuwaidi, AKMS., Alshami, SA., & Akmal, S. 2021. The Impact of Entrepreneurship towards Innovation in Airport Industry: The Double Mediation Framework of Strategic Alignment and Learning Orientation. *Academy of Strategic Management Journal* Vol: 20 Issue: 2S
- Ahmed, PK, & Shepherd, CD. 2010. *Innovation Management*. New. Jersey: Pearson Education, Inc
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Astuti, WT., Sudiro, A., Hadiwidjojo, D., & Sudjatno. 2021. The Role Of Innovation In Mediating The Effects Of Market Orientation And Entrepreneurial Orientation On Business Performance In The Context Of SMES. *Palarch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology* 18 (8), pp 1337-1352
- Benaim, A. 2015. Innovation capabilities – Measurement, assessment and development faculty of engineering. Department of Design Sciences, Innovation Engineering.
- Carayannis, E., & Grigoroudis, E. 2015. Linking innovation, productivity, and competitiveness: implications for policy and practice. *Journal of Technology Transfer*, 39, pp 199-218.
- Cherif, FM. 2022. Corporate Entrepreneurship and Innovation Performance: The Mediating Effect of Employee Engagement through Leader's Supervision. *Economies* 2022, 10, 156, pp 1-12
<https://doi.org/10.3390/economies10070156>
- Dahana, RN., & Indrawati, NK., Mugiono. 2021. Competitive Advantage To Mediate The Influence Of Product Innovation And Entrepreneurial Orientation On Marketing Performance In Small And Medium Industry. *Journal Of Applied Management* Volume 19 Number 2 June 2021, pp 413-423
- Darmanto., B., Wardaya, S., Setyarini, L., & Rahayu, BS. 2019. A Model Of Mixed Strategic Orientations Based On Environment In Achieving Atough Performance Of SMEs. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)* Vol 3 Issue 4, pp 283-293

- Dewi, RS. 2014. Pengaruh Faktor Modal Psikologis, Karakteristik Entrepreneur, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia dan Karakteristik UKM Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.14710/jab.v2i1.5352>
- Djodjobo, C. V., & Tawas, H. N. 2014. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja UKM Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), pp 1214-1224.
- Ghozali, Imam. 2019. *Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 25*, edisi 9. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I., & Latan, H. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan. Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang : BP Undip
- Gitau, G., Mukulu, E., & Kihoro, J. 2016. Influence of entrepreneurial orientation on competitive advantage among mobile service providers in Kenya. *International Journal of Management and Commerce Innovations*, 3(2), pp 2010-2016.
- Gradistya, GO., & Farida, N. 2016. Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Sebagai Variabel Intervening (Studi pada UMKM Batik di Jawa Tengah). *Jurnal Ilmu Administrasi dan Bisnis Volume 5 Nomor 3 Tahun 2016*, pp 1-9
- Hartini., RM., Irwansyah, R., Putri, DE., Ramadhani, I., Wijiharta, B., Ahmad., Firmadani, F., Febrianty., S., Julius, A., Pangarso, A., Satriawan, DG., Indiyati, D., Sudarmanto, E., Panjaitan, R., Lestari, AS., & Farida, N. 2021. *Perilaku Organisasi*. Bandung : Widina Bhakti Persada
- Haryono, S. 2016. *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS 22.00, LISREL 8.80 dan Smart PLS 3.0*. Bekasi : Badan Penerbit PT. Intermedia Personalia Utama
- Kadarusman., RS. 2022. Competitive Advantage, Entrepreneurial Orientation, Knowledge Sharing, And SMES' Performance: Mediation-Moderation Analysis. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi* Vol. 9, No.1 (June) 2022, pp 127-142
- Kanaidi., KA. 2014. Analisis Customer Relationship Management (CRM) pada SPBU Pos Admail. *Banking and Management Review*, pp 25-34.
- Kasmir. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori Dan Praktik)*. Jakarta: Rajagrafindo Persada

- Kim, D.Y., Kumar, V., & Kumar, U., (2012). Relationship between quality management practices and innovation. *Journal of Operations Management*, 304, pp 295-315.
- Kiyabo, K., & Isaga, N. 2020. Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and SMEs' performance: application of firm growth and personal wealth measures. *Journal of Innovation and Entrepreneurship* (2020) 9:12, pp 1-15 <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00123-7>
- Lapian, AA., Massie, J., & Ogi, I. 2016. Pengaruh orientasi pasar, inovasi produk terhadap kinerja pemasaran pada PT.BPR Prisma dana amurang. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akutansi*. Vol.4 No. 1, pp 1330-1339
- Lechner, C., & Gudmundsson, S.V. (2014), Entrepreneurial orientation, firm strategy and small firm performance. *International Small Business Journal*, 32(1), pp 36-60.
- Lestari, B., Alhabsji, T., & Astuti, E. S. 2013. *Praktik Manajemen Pengetahuan Dan Kinerja Inovasi*. Malang : UB Press
- Mahmood, R., & Hanafi, N. 2013. Entrepreneurial Orientation and Business Performance of WomenOwned Small and Medium Enterprises in Malaysia: Competitive Advantage as a Mediator. *International Journal of Business and Social Science*, 4(1), pp 82–90
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Perusahaan. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Maulana, A. 2014. *Sistem Pengendalian Manajemen* (6th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Mehmet, A.D. 2016. Organizational Innovation. A. Farazmand ed., *Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance*, Springer International Publishing AG
- Mustikowati, RI., & Tysari, I. 2014. Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada UKM Sentra Kabupaten Malang). *MODERNISASI* Volume 10 Nomor 1 Februari 2014, pp 23-37
- Naheed, K., Aamir, M., & Ahmad, N. 2019. Mediation of Firm Innovativeness and Moderation of Environment Turbulence on Entrepreneurial Orientation and Firm Performance. *Journal of Law & Social Studies*, 1(1), pp 13-26

- Nasution, H.N., Mavondo, F.T., Matanda, M.J., & Ndubisi, N.O. 2011. Entrepreneurship: its relationship with market orientation and learning orientation and as antecedents to innovation and customer value. *Industrial Marketing Management*, Vol. 40 No. 3, pp 336-345
- Ndubisi, NO., & Iftikhar, K. 2012. Relationship Between Entrepreneurship, Innovation And Performance (Comparing Small And Medium-Size Enterprises). *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship* Vol. 14 No. 2, 2012, pp 214-236
- Novita, D., & Husna, N. 2020. Competitive Advantage In The Company. *Jurnal TECHNOBIZ* Vol. 3, No. 1, pp 14-18
- Pardi, P., Suharsyono, S., Imam, S., & Zainul, A. 2014. The Effect of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation toward Learning Orientation, Innovation, Competitive Advantages and Marketing Performance. *European Journal of Business and Management*, 6(21), pp 69-80.
- Pattipeilohy, VR. 2018. Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha nasi Kuning di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon). *Jurnal Maneksi*. Vol. 7. No. 1, pp 65-73.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 23 Tahun 2021 Tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, Dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan Dan Toko Swalayan
- Polder, M., Leeuwen, G.V., Mohnen, P., & Raymond, W. 2010. Product, process and organizational innovation. drivers, complementarity and productivity effects. *UNU- MERIT*, Maastricht Economic and Social Research and Training Centre on Innovation and Technology.
- Priatin, Y., Surya, D., & Suhendra, I. 2017. Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Kelompok Usaha Bersama (KUB) Gerabah di Desa Bumi Jaya Kecamatan Ciruas Kabupaten Serang). *JRBM Tirtayasa* Volume 1 (1) - Mei 2017, pp 81-96
- Rahid, Abu Obida. 2023. SME Financing Of Commercial Banks In Bangladesh: Policy Directions Based On SME Loan Borrowers' View. *International Journal Of Small And Medium Enterprises* 6 (1) (2023), pp 1-81. <https://doi.org/10.46281/ijsmes.v6i1.1831>

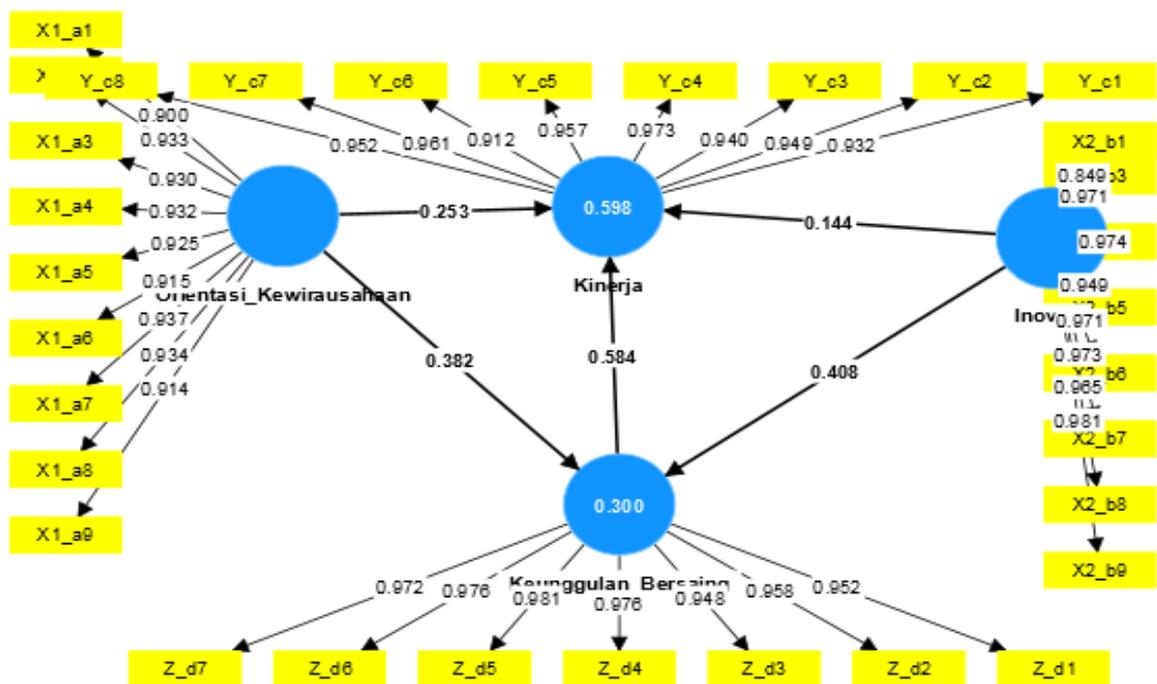
- Rajapathirana, R.P., & Hui, JY. 2018. Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance . *Journal of Innovation & Knowledge (JIK)* Volume 3 Issue 1, pp 44-55
- Rasyidi, MF. 2016. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada UMKM Keripik Buah Di Wilayah Malang Raya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa JEB universitas Brawijaya* Vol 4, No 2, pp 1-14
- Rothaermel, F.T. 2013. *Strategic Management, Concepts and Cases*. New York: McGraw Hill/Irwan
- Saiman, L. 2014. *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. 2011. *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat
- Sukaryawan, I. M. 2013. Pengaruh Orientasi Pasar, Kewirausahaan, Dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Pada Perusahaan Aspal-beton (Hotmix) Di Jabodetabek. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 3(2), 154922.
- Setiawan, F., & Dewi, A. A. Sg. Kartika. 2014. Pengaruh Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada CV. Berkat Anugrah. *E-Jurnal Manajemen* Vol 3 No 5 (2014), pp 1471-1490
- Sigalas, C., Economou, V. Pekka., Georgopoulos, NB. 2013. Developing a measure of competitive advantage. *J. Strateg. Manag.* doi: 10.1108/JSMA-03-2013-0015
- Sirivanh, T., & Sukkabot, S. 2014. The Effect of Entrepreneurial Orientation and Competitive Advantage on SMEs ' Growth : A Structural Equation Modeling Study. *International Journal of Business and Social Science*, 5(6), pp 189-195
- Siswanto. 2011. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara
- Steiber, A., & Alänge, S. 2013. A corporate system for continuous innovation: The case of Google Inc. *European Journal of Innovation Management*, 162, pp 243-264.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)*. Bandung : Alfabeta

- Suryana. 2014. *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Meniji Sukses*. Edisi 4. Jakarta : Salemba Empat
- Tirtayasa, S. 2022. The Influence of Entrepreneurship Orientation and Market Orientation on the Performance of Small and Medium Enterprises Mediated by Competitive Advantage. *Enrichment: Journal of Management*, 12 (2) (2022), pp 1825-1839
- Tony, P. 2016. Product, process, market and organizational innovation. What does history have to say?. *International Marketing Journal*, 59, pp 63-74.
- Ul Huda, I., Karsudjono, AJ., & Maharani, PN. 2020. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah dengan Variabel Intervening Keunggulan Bersaing (Studi Pada UKM di Banjarmasin). *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)* Vol. 4, No. 3 Maret (2020), pp 392-407.
- Umar, A., Omar, CMZC., Hamzah, MSG., & Hashim, A. 2018. the madiating effect of innovation on Entrepreneurial Competencies and business success in Malysian SMEs. *International Business Research* Vol. 11, No. 8, pp 142-153
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)
- Usvita, M. 2015. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening (Survey pada UKM Pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang). *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 3(1), pp 31-37.
- Widodo, SE. 2015. *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wiyono, G. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. Yogyakarta: STIM YKPN
- Zahra, S. A. 2018. A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior: A Critique and Extension. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(4), pp 5-21. <https://doi.org/10.1177/104225879301700401>
- Zeebaree, MRS., & Siron, RBt.. 2017. The Impact of Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage Moderated by Financing Support in SMEs. *International Review of Management and Marketing*, 2017, 7(1), pp 43-52.

Zia, S., & Shafiq, M. 2017. Innovation and knowledge management. A literature review and research framework. *Journal of Quality and Technology Management*, 13 (1), pp 99-116.

LAMPIRAN

Evaluasi Model



Model Pengukuran (Outer Model)

Uji Validitas Konvergen

Konstruk	Item	Loading Factor	Kriteria	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X1)	X1_a1	0.900	> 0,7	Handal
	X1_a2	0.933	> 0,7	Handal
	X1_a3	0.930	> 0,7	Handal
	X1_a4	0.932	> 0,7	Handal
	X1_a5	0.925	> 0,7	Handal
	X1_a6	0.915	> 0,7	Handal
	X1_a7	0.937	> 0,7	Handal
	X1_a8	0.934	> 0,7	Handal
	X1_a9	0.914	> 0,7	Handal
Inovasi (X2)	X2_b1	0.961	> 0,7	Handal
	X2_b2	0.849	> 0,7	Handal
	X2_b3	0.971	> 0,7	Handal
	X2_b4	0.974	> 0,7	Handal
	X2_b5	0.949	> 0,7	Handal

	X2_b6	0.971	> 0,7	Handal
	X2_b7	0.973	> 0,7	Handal
	X2_b8	0.965	> 0,7	Handal
	X2_b9	0.981	> 0,7	Handal
Keunggulan Bersaing (Z)	Z_d1	0.952	> 0,7	Handal
	Z_d2	0.958	> 0,7	Handal
	Z_d3	0.948	> 0,7	Handal
	Z_d4	0.976	> 0,7	Handal
	Z_d5	0.981	> 0,7	Handal
	Z_d6	0.976	> 0,7	Handal
	Z_d7	0.972	> 0,7	Handal
Kinerja (Y)	Y_c1	0.932	> 0,7	Handal
	Y_c2	0.949	> 0,7	Handal
	Y_c3	0.940	> 0,7	Handal
	Y_c4	0.973	> 0,7	Handal
	Y_c5	0.957	> 0,7	Handal
	Y_c6	0.912	> 0,7	Handal
	Y_c7	0.961	> 0,7	Handal
	Y_c8	0.952	> 0,7	Handal

Tabel Nilai loading silang (cross loading)

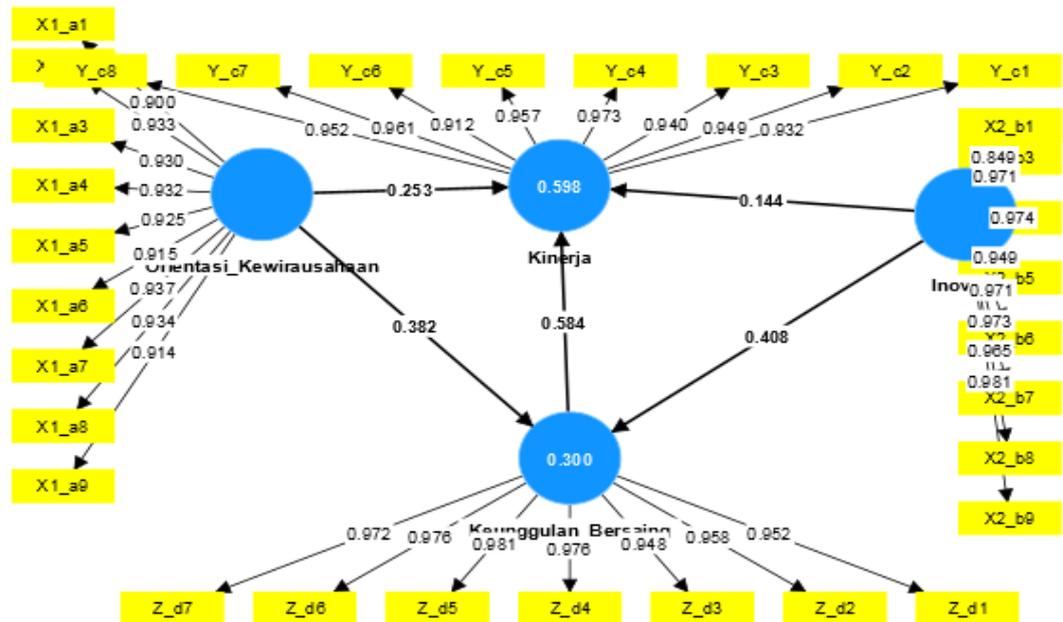
Indikator	Orientasi Kewirausahaan	Kinerja	Keunggulan Bersaing	Inovasi
X1_a1	0.900	0.413	0.329	-0.059
X1_a2	0.933	0.429	0.286	-0.125
X1_a3	0.930	0.411	0.287	-0.045
X1_a4	0.932	0.392	0.286	-0.040
X1_a5	0.925	0.452	0.411	0.016
X1_a6	0.915	0.458	0.389	0.036
X1_a7	0.937	0.431	0.353	-0.023
X1_a8	0.934	0.423	0.314	-0.062
X1_a9	0.914	0.412	0.357	-0.063
X2_b1	-0.059	0.288	0.337	0.961
X2_b2	0.083	0.461	0.431	0.849
X2_b3	-0.071	0.281	0.332	0.971
X2_b4	-0.033	0.334	0.377	0.974
X2_b5	-0.053	0.345	0.385	0.949
X2_b6	-0.071	0.348	0.382	0.971
X2_b7	-0.067	0.322	0.358	0.973

X2_b8	-0.046	0.354	0.368	0.965
X2_b9	-0.075	0.328	0.364	0.981
Y_c1	0.445	0.932	0.741	0.346
Y_c2	0.455	0.949	0.684	0.374
Y_c3	0.441	0.940	0.746	0.343
Y_c4	0.447	0.973	0.665	0.304
Y_c5	0.444	0.957	0.663	0.271
Y_c6	0.405	0.912	0.642	0.328
Y_c7	0.432	0.961	0.712	0.378
Y_c8	0.422	0.952	0.693	0.398
Z_d1	0.330	0.698	0.952	0.339
Z_d2	0.392	0.746	0.958	0.420
Z_d3	0.414	0.669	0.948	0.305
Z_d4	0.310	0.724	0.976	0.380
Z_d5	0.343	0.704	0.981	0.405
Z_d6	0.348	0.706	0.976	0.382
Z_d7	0.333	0.708	0.972	0.415

Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_a	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Inovasi	0.988	0.992	0.990	0.914
Keunggulan Bersaing	0.988	0.989	0.990	0.934
Kinerja	0.984	0.984	0.986	0.897
Orientasi Kewirausahaan	0.979	0.981	0.981	0.854

Model Struktural (*Inner Model*)

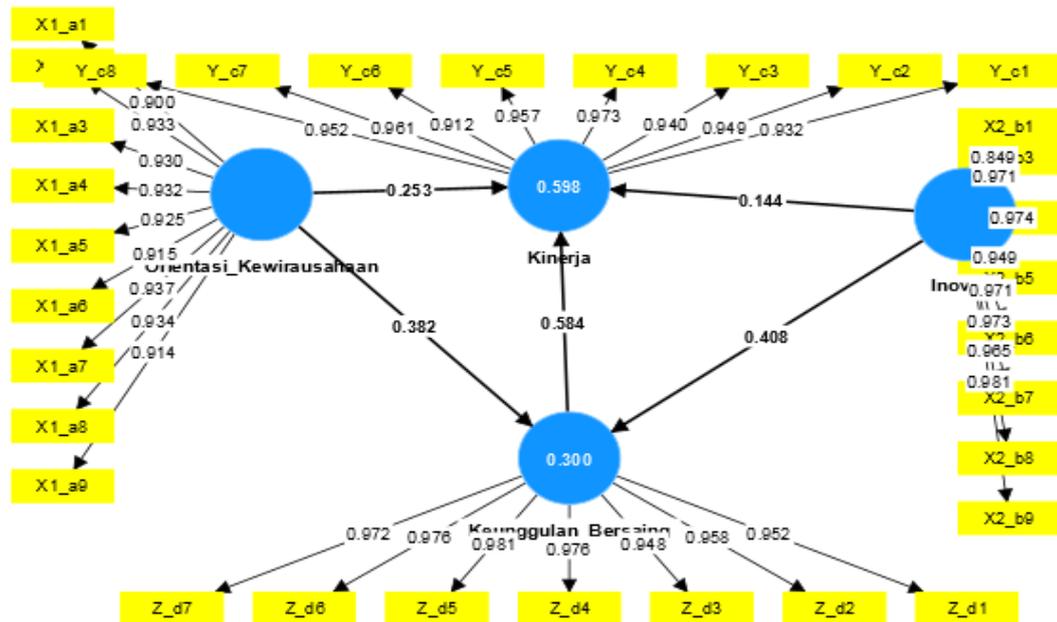


Pengujian *Goodness of Fit*

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Kinerja UMKM	0.598	0.585

Sumber: Hasil Output SmartPLS (v.3.2.9)

Hasil Pengujian Hipotesis



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

Variabel	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Orientasi Kewirausahaan -> Kinerja UMKM	0.477	0.477	0.077	6.167	0.000*
Inovasi -> Kinerja UMKM	0.383	0.391	0.077	4.993	0.000*
Orientasi Kewirausahaan -> Keunggulan Bersaing	0.382	0.385	0.088	4.335	0.000*
Inovasi -> Keunggulan Bersaing	0.408	0.413	0.087	4.672	0.000*
X1*Z -> Kinerja UMKM	0.223	0.228	0.061	3.688	0.000*
X2*Z -> Kinerja UMKM	0.238	0.243	0.057	4.208	0.000*
Keunggulan Bersaing -> Kinerja UMKM	0.584	0.589	0.065	9.018	0.000*

Ket : * = Sign < 0,05

DOKUMENTASI



Inkung Ayam Jawa Sindon



Inkung Rumah Dhuwur

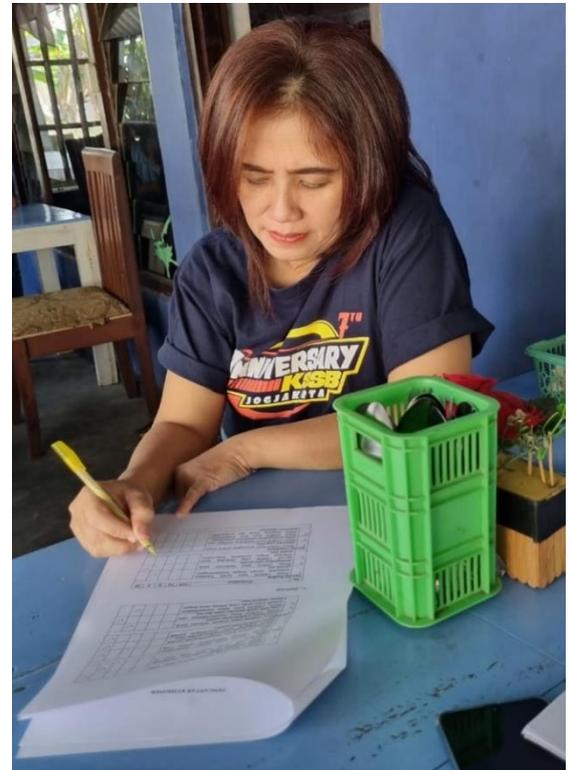


Inkung Mbah Cempluk Pusat



Inkung Pak Budi

DOKUMENTASI



Ingkung Sor Sawo & Pak Manshurin

Ingkung Bu Astuti & Aninda Putri

PENGANTAR KUISIONER

Dengan hormat,

Saya Bagas Nalendro Ikhsan Sandityo, mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta saat ini sedang melakukan penelitian guna mengambil tesis dengan judul **“PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI TERHADAP KINERJA UMKM DENGAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL MEDIASI : ANALISIS DI UMKM INDUSTRI KULINER DI PAJANGAN KABUPATEN BANTUL”**.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, dengan segala kerendahan hati, saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjadi responden dan meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini sesuai dengan pendapat pribadi masing-masing. Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam proses penyusunan tesis ini.

Saya menjamin kerahasiaan jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan dan hasilnya akan dapat dipergunakan untuk kepentingan penelitian. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi perusahaan.

Atas kesediaan dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, Juli 2023

Peneliti

Pro Aktif					
4	Saya mampu memecahkan masalah dengan menciptakan sesuatu yang baru				
5	Saya mengembangkan produk lain dengan tujuan menciptakan produk baru.				
6	Saya menciptakan produk saya sendiri.				
Otonomi					
7	Saya mencari pemodal untuk usaha saya sendiri				
8	Saya memberitahukan cara yang baik untuk memulai usaha dari nol				
9	Saya selalu memperhatikan seluruh mitra usaha yang bekerja sama dengan saya				

C. INOVASI

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
Inovasi Produk						
1	UMKM kami secara konsisten melakukan inovasi dengan mengembangkan produk asli					
2	UMKM kami berinovasi untuk meningkatkan nilai produk					
3	Inovasi yang dilakukan UMKM kami dilakukan dengan menambah bahan-bahan produk baru					
Inovasi Organisasi						
4	UMKM kami menerapkan praktik bisnis organisasi yang baru					
5	UMKM kami melakukan berbagai cara dalam meningkatkan manajemen pengetahuan					
6	UMKM kami terus memperbaiki sistem tanggung jawab dan pengambilan keputusan organisasi					
Inovasi Pasar						
7	UMKM Kami selalu memanfaatkan media dan teknik pemasaran baru					
8	UMKM Kami terus mengembangkan saluran dan penempatan penjualan baru					
9	UMKM Kami terus mengembangkan saluran pengiriman yang baru					

D. KEUNGGULAN BERSAING

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
Keunikan produk						
1	Produk saya memiliki Image eksklusif.					
2	Produk yang saya buat memiliki ciri khas tersendiri (bentuk/corak/motif).					
Harga bersaing						
3	Saya menetapkan harga produk sesuai dengan harga pasar.					
4	Saya menetapkan harga berdasarkan kualitas produk.					
5	Harga produk yang saya tetapkan sesuai dengan manfaat yang diterima oleh konsumen					
Tidak Mudah ditiru						
6	Produk yang saya buat sulit untuk ditiru oleh pesaing.					
7	Produk saya memiliki rancangan yang lebih baik dibanding produk pesaing					

E. KINERJA UMKM

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
Kualitas kerja						
1	Saya mengerjakan suatu pekerjaan dengan cepat sesuai dengan perhitungan yang ditetapkan perusahaan					
2	Kecakapan kerja yang saya miliki sesuai dengan pekerjaan yang saya kerjakan					
Kuantitas kerja						
3	Saya mampu menyusun rencana kerja sesuai dengan standar kerja perusahaan					
4	Saya mampu menyelesaikan tugas sesuai harapan perusahaan					
Pelaksanaan tugas						
5	Saya sangat handal dalam melaksanakan prosedur kerja					

6	Saya mencari cara lain ketika saya mengalami kebuntuan kerja					
Tanggungjawab Terhadap Pekerjaan						
7	Saya selalu bertanggungjawab ketika menyelesaikan tugas					
8	Saya taat terhadap semua aturan dan prosedur kerja yang ditetapkan dalam suatu pekerjaan					