Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing dengan Dimediasi *Creative Destruction* pada UMKM di Yogyakarta

SKRIPSI

Oleh :

Nama	:	Ongky Novian Fernanda
Nim	:	17311261
Program Studi	:	Manajemen
Bidang Konsentrasi	:	Manajemen Operasi

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN JUDUL

Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing dengan Dimediasi *Creative Destruction* pada UMKM di Yogyakarta

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Nama	:	Ongky Novian Fernanda
Nim	:	17311261
Program Studi	:	Manajemen
Bidang Konsentrasi	:	Manajemen Operasi

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 13 Juli 2022

Penulis,

Ongky Novian Fernanda

HALAMAN PENGESAHAN

Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing dengan Dimediasi *Creative Destruction* pada UMKM di Yogyakarta

SKRIPSI

Oleh:

Nama	:	Ongky Novian Fernanda
Nim	:	17311261
Program Studi	:	Manajemen
Bidang Konsentrasi	:	Manajemen Operasi

Yogyakarta, 13 Juni 2022

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

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

BERITA ACARA TUGAS AKHIR

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Ringroad Utara, Condong Catur, Depok
Sleman, Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 883087, 885376;
F. (0274) 882589
E. fe@uii.ac.id
W. fecon.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

Bismillahirrahmannirrahim

Pada Semester **Genap 2021/2022** hari, tanggal: **Kamis, 04 Agustus 2022** Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir yang disusun oleh:

Nama	:	**ONGKY NOVIAN FERNANDA**
No. Mahasiswa	:	**17311261**
Judul Tugas Akhir	:	PENGARUH KECEPATAN INOVASI TERHADAP DAYA SAING DENGAN DIMEDIASI CREATIVE DESTRUCTION PADA UMKM DI YOGYAKARTA
Jenis Tugas Akhir	:	Skripsi
Pembimbing	:	Baziedy Aditya Darmawan,,S.E., M.M.

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

1. **Lulus Ujian Tugas Akhir** *)
   ~~a. Tugas Akhir tidak direvisi~~
   b. Tugas Akhir perlu direvisi

~~**2. Tidak Lulus Ujian Tugas Akhir**~~

Nilai : **A**

Referensi : Layak/~~Tidak Layak~~ *) ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji

Ketua Tim : Dessy Isfianadewi, Dr., SE., MM.

Anggota Tim : Baziedy Aditya Darmawan,,S.E., M.M.

Keterangan:
*) *Coret yang tidak perlu*

Yogyakarta, 04 Agustus 2022
Ketua Program Studi Manajemen

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

Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing dengan Dimediasi *Creative Destruction* pada UMKM di Yogyakarta

Ongky Novian Fernanda

17311261@students.uii.ac.id

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengkaji peran dari *creative destruction* sebagai mediasi antara kecepatan inovasi dan daya saing usaha mikro kecil dan menengah. Creative destruction yang berbasis kompetensi dan pasar biasanya dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan batasan dan memperlebar jarak bagi pelaku usaha yang baru muncul dengan bisnis yang sejenis dan mencoba untuk masuk ke pasar. Objek penelitian ini adalah UMKM yang ada di Yogyakarta. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yang diambil terdiri dari pemilik usaha UMKM, manajer/pengelola usaha dan staff operasional yang berjumlah 110. Dengan pengumpulan data kuesioner, dan pengolahan data dilakukan dengan analisis PLS-SEM menggunakan aplikasi SmartPLS versi 3.0. hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kecepatan inovasi berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM serta *creative destruction* sebagai variabel mediasi berpengaruh positif antara kecepatan inovasi dan daya saing UMKM di Yogyakarta.

Kata Kunci : kecepatan inovasi, *creative destruction*, daya saing UMKM

The Effect of Innovation Speed on Competitiveness Mediated by Creative Destruction on SMEs in Yogyakarta

Ongky Novian Fernanda

17311261@students.uii.ac.id

Management, Faculty of Business and Economics, Islamic University of Indonesia, Yogyakarta

ABSTRACT

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

Keywords: speed of innovation, creative destruction, competitiveness of SMEs

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Bismillahirrahmanirrahim, atas izin dan nikmat yang diberikan Allah SWT di setiap harinya, serta tidak lupa juga saya panjatkan shalawat pada manusia terbaik yang pernah diciptakan di bumi dan sebagai panutan kita dalam berkehidupan di setiap harinya Muhammad SAW. Alhamdulillahirabbil'alamin, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing dengan Dimediasi *Creative Destruction* pada UMKM di Yogyakarta"**. Skripsi disusun bertujuan untuk memenuhi syarat salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata (S1) pada program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai macam rintangan dan halangan, tetapi dengan rahmat serta karunia dari sang maha besar Allah SWT, dukungan, dorongan, doa dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat mengatasi rintangan dan halangan tersebut. Oleh karena itu, izinkan penulis untuk mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayahnya yang tidak pernah habis dan akan selalu saya syukuri,
2. Rasulullah, Muhammad SAW yang menjadi suri teladan bagi kita semua,
3. Ibu saya tercinta Helentiana yang memberikan kasih sayang tanpa henti, yang selalu mendoakan saya, dan memberikan dukungan serta jerih payahnya dalam membina dan membesarkan saya sebagai seorang anak,
4. Bapak Baziedy Aditya. Darmawan, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing saya yang senantiasa membantu dan membimbing dalam penyusunan tugas akhir saya.
5. Nabila Octavia yang selalu menemani dan memberikan motivasi saya sehari-harinya. My Love of My Life
6. Anung, Tengger, Dhafin, Fauzan, Hanannul, Aslam selaku teman seperjuangan saya di kontrakan fathonah
7. Rizqa, Fuad, Hanan Kemplu yang memberi dukungan untuk menyelesaikan tugas akhir saya

8. Leo, Yanto, Ivan yang bersama saya ketika saya susah dan senang

Yogyakarta 13 Juli 2022

Ongky Novian Fernanda

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ii
SKRIPSI ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME iii
HALAMAN PENGESAHAN iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI ..... **Error! Bookmark not defined.**
ABSTRAK vi
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Tujuan Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**
1.4 Manfaat Penelitian 5
BAB II KAJIAN PUSTAKA 7
2.1 Landasan Teori 7
2.1.1 Inovasi 7
2.1.2 Kecepatan Inovasi 8
2.1.3 *Creative Destruction* 10
2.1.4 Daya Saing 10
2.2 Penelitian Terdahulu 12

2.3 Formulasi Hipotesis 13
2.3.1 Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing 13
2.3.2 Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap *Creative Destruction* 14
2.3.3 Pengaruh *Creative Destruction* terhadap Daya Saing 15
2.3.4 Creative Destruction Memediasi Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing 15
2.4 Kerangka Penelitian 16
BAB III METODE PENELITIAN 18
3.1 Lokasi Penelitian 18
3.2 Pendekatan Penelitian 18
3.3 Populasi dan Sampel 18
3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data 18
3.4.1 Jenis Data 18
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data 19
3.4.3 Skala Pengukuran 19
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional 19
3.5.1 Kecepatan Inovasi 19
3.5.2 Creative Destruction 20
3.5.3 Daya Saing 20
3.6 Alat Analisis 21
3.6.1 Analisis Deskriptif 21
3.6.2 Analisis Inferensial 21
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN 24
4.1 Karakteristik Responden 24
4.1.1 Jumlah Karyawan UMKM 24
4.1.2 Lama Usaha UMKM 25

4.1.3 Omzet per Tahun UMKM 25
4.1.4 Jabatan 26
4.2 Analisis Data 26
4.2.1 Pengujian Model Pengukuran *(Outer Model)* 26
4.2.2 Statistik Deskriptif 29
4.2.3 Analisis Model Struktural 32
4.3 Pembahasan 35
4.3.1 Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing UMKM 35
4.3.2 Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap *Creative Destruction* 36
4.3.3 Pengaruh *Creative Destruction* terhadap Daya Saing UMKM 37
4.3.4 Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing UMKM melalui mediasi *Creative Destruction* 38
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 39
5.1 Kesimpulan ..... **Error! Bookmark not defined.**
5.2 Keterbatasan Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**
5.3 Saran ..... **Error! Bookmark not defined.**
DAFTAR PUSTAKA ..... **Error! Bookmark not defined.**
LAMPIRAN 48

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Responden Menurut Jumlah Karyawan 24
Tabel 4.2 Responden Menurut Lama Usaha UMKM 25
Tabel 4.3 Responden menurut Omzet per Tahun UMKM 25
Tabel 4.4 Responden Menurut Jabatan 26
Tabel 4.5 Nilai *Convergent Validity* 26
Tabel 4.6 Nilai Loading Silang (*Cross Loading*) 27
Tabel 4.7 Nilai loading silang (cross loading) 28
Tabel 4.8 Tabel Deskriptif Variabel Kecepatan Inovasi 29
Tabel 4.9 Tabel Deskriptif Variabel *Creative Destruction* 30
Tabel 4.10 Tabel Deskriptif Variabel Daya Saing UMKM 31
Tabel 4.11 Nilai R^2 Variabel Endogen 32
Tabel 4.12 Model Fit 33
Tabel 4.13 Pengujian Hipotesis 34
Tabel 4.14 *Q-Squares* 35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian 16
Gambar 4.1 Pengujian Model Pengukuran 32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian 48
Lampiran 2. Daftar Data Profil Responden 53
Lampiran 3. Daftar Data Variabel 61
Lampiran 4. Uji *Outer Model* di Smartpls 3.0 73
Lampiran 5. Uji *Inner Model* di Smartpls 3.0 74

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir inovasi memainkan peran penting dalam mencapai keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja organisasi dalam lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat (Phong & Hui, 2018). Setiap hari bermunculan para pelaku bisnis dengan ide baru dan inovasi dari bisnis mereka. Ketatnya persaingan inilah yang mendorong pelaku UMKM untuk terus berinovasi agar tidak tenggelam dalam persaingan pasar. Pihak mana saja dapat melakukan inovasi, tanpa terkecuali perusahaan besar, menengah, maupun perusahaan kecil demi keberlangsungan usaha mereka di kemudian hari (Sasono *et al*., 2016). Inovasi disebut ide baru yang mengacu pada sesuatu yang baru atau diperbarui, baik itu produk, layanan, proses, struktur organisasi, dan lainnya (Neely & Hii, 1998). Inovasi yang dilakukan perusahaan dapat menghasilkan pengalaman baru bagi konsumen yang diberikan melalui produk atau jasa serta dari segi harga dan kebutuhan pelanggan yang tidak disadari.

Dengan dunia yang terus berkembang inovasi menjadi faktor terpenting yang wajib dilakukan dari perusahaan untuk keberlangsungan hidup dari suatu usaha dan menciptakan keunggulan bersaing. Selain itu, inovasi juga menciptakan hambatan atau batasan bagi bagi perusahaan baru yang akan memasuki pasar (Neely & Hii, 1998). Dunia selalu mengalami perubahan setiap saat dan semakin lama semakin cepat. Hal tersebut mendorong perusahaan untuk melakukan inovasi agar perusahaan yang dimiliki tetap relevan, perusahaan dituntut untuk melakukan inovasi dari pesaing, maka akan memperoleh keuntungan kompetitif dan daya saing meningkat (Allocca & Kessler, 2006). Persaingan yang terjadi antar perusahaan membutuhkan kecepatan inovasi. Kecepatan inovasi itu sendiri adalah waktu yang diperlukan untuk menemukan ide inovasi dan membawanya ke pasar (Kessler & Cakrabarti, 1996 dalam Taneo & Yufra, 2019). Sebagai contoh, industri makanan dan minuman namun tidak dapat bertahan lama karena munculnya produk makanan dan minuman lainnya dengan inovasi yang baru dan terlihat menarik untuk calon pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari

bertambahnya pelaku UMKM maka akan berdampak pada tingginya persaingan yang ada dalam industri yang sama.

Pengembangan inovasi yang terus dilakukan akan menciptakan *creative destruction*. *Creative Destruction* merupakan bagaimana produk serta proses tertentu digantikan dengan produk berkualitas yang lebih baik dan metode produksi yang lebih efisien, dengan demikian *creative destruction* akan meningkatkan kompetensi perusahaan serta menjaga keunikan dan mempertahankan inovasi yang telah dikembangkan (Bosma, 2011). Inovasi yang dilakukan perusahaan seringkali berujung pada *Creative Destruction* oleh pesaing dan dari perusahaan itu sendiri sebagai *self-destruction* (Kornai, 2010). Perusahaan yang berinovasi dengan sendiri tidaklah cukup, setidaknya harus diikuti dengan *Creative Destruction* (Kivimaa & Kern, 2016). *Creative Destruction* dilakukan untuk menciptakan keunggulan bersaing dan hambatan ataupun penghalang bagi pelaku usaha baru untuk memasuki usaha sejenis dan memperpanjang jarak. Oleh karena itu, *Creative Destruction* menaikkan daya saing antara usaha yang sama (Taneo & Yufra, 2019). Kecepatan inovasi dan *creative destruction* dapat memengaruhi daya saing dari perusahaan. Daya saing adalah penggerak terbesar inovasi (Putri, A. I. 2020).

Menurut World Economic Forum (2006) mendefinisikan bahwa daya saing adalah kemampuan dari suatu kegiatan ekonomi untuk memperoleh peningkatan produktivitas dan pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan. Adapun kunci keberhasilan perusahaan untuk mampu bertahan di tengah ketatnya persaingan yang ada terletak pada kemampuan perusahaan dalam mengembangkan keunggulan bersaingnya. (Kothandaraman & Wilson, 2001) menyatakan bahwa kunci sukses perusahaan dalam persaingan bisnis adalah memiliki dan mempertahankan daya saing yang terletak pada kemampuan perusahaan dalam membedakan diri dengan pesaingnya. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan untuk mengukur daya saing jangka panjang melalui indikator produktivitas (Ambastha & Momaya, 2012).

UMKM adalah istilah umum yang merujuk pada usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dimiliki perorangan atau badan usaha sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh Undang-undang No. 20 tahun 2018. Sektor UMKM memiliki memainkan peran utama di sektor keuangan Indonesia dalam hal penyerapan tenaga kerja dan dukungan untuk produk domestik bruto (BPS, 2013). Usaha Mikro Kecil

Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki kontribusi yang cukup besar meliputi bertambahnya lowongan pekerjaan dan penyerapan tenaga kerja. Selain itu, Menurut data Kementerian Koperasi tahun 2018 juga memaparkan bahwa UMKM memiliki Kontribusi yang besar pada Produk Domestik Bruto atau (PDB). Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2018 sebesar Rp. 14.800 triliun maka UKM di Indonesia menyumbang sebesar 57,8 persen atau senilai Rp 8.500 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap hingga 97 persen dari total tenaga kerja.

Meningkatnya jumlah UMKM menyebabkan para pelaku usaha harus melakukan inovasi dan memiliki daya saing yang tinggi agar dapat bersaing dalam persaingan dan tetap bertahan di pasar. Tetapi, daya saing dan produktivitas UMKM yang ada di Indonesia masih tergolong rendah, hal tersebut dikatakan oleh menteri koperasi usaha kecil dan menengah Teten Masduki (2021) bahwa UMKM di Indonesia masih relatif rendah sehingga menjadi permasalahan dalam perkembangan UMKM di Indonesia. Selain itu, salah satu faktor dari penyebab rendahnya daya saing UMKM di Indonesia adalah rendahnya inovasi yang dilakukan oleh para pengusaha (Djumilah *et al*.,2017).

Penelitian yang dilakukan Dyah (2018) UMKM menjadi salah satu faktor utama penggerak perekonomian di Yogyakarta. Dalam skala kecil maupun menengah, keberadaan UMKM mampu menciptakan lapangan pekerjaan. Usaha yang berkembang pada sektor UMKM di daerah Yogyakarta saat ini banyak membantu tersedianya lapangan pekerjaan sekaligus mengurangi angka pengangguran. UMKM juga berperan sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi di Yogyakarta. Menurut Hanoto (2020) Kepala Perwakilan Bank Indonesia Kanwil DIY, UMKM memberikan kontribusi terhadap perekonomian Yogyakarta mencapai 94,6 persen, serta memberikan pekerjaan sebesar 76 persen dari total lapangan pekerjaan. dari jumlah tersebut ada beberapa industri yang paling banyak menopang tenaga kerja meliputi, pengolahan, perdagangan, perhotelan dan pariwisata.

Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena informasi mengenai kecepatan inovasi dengan daya saing sangat penting, tetapi penelitian masih sangat terbatas meski telah terdapat penelitian tentang inovasi tetapi hanya sebatas inovasi secara umum. Meskipun telah terdapat penelitian tentang pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing bisnis, namun jumlahnya sangat terbatas.

Huang (2002) melakukan penelitian tentang kecepatan inovasi tetapi hanya sebatas pada perusahaan besar, dan pada negara maju contoh seperti Amerika Serikat (Allocca & kessler, 2006). Adapun penelitian mengenai inovasi yang dilakukan oleh (Baregheh *et al*.,2012) hasil dari penelitian tersebut tidak menganalisis kecepatan inovasi dan hanya terfokus pada jenis produk dan proses, serta terdapat perbedaan karakteristik objek yang terfokus pada UMKM pangan sehingga belum tentu dapat diterapkan UMKM secara umum. Oleh karena itu, penelitian tentang pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKM di Indonesia sangat penting. Maka berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kecepatan inovasi dan daya saing dan mengangkat judul **"Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing dengan Dimediasi *Creative Destruction* pada UMKM di Yogyakarta".**

1.2 Rumusan Masalah

Inovasi disebut ide baru yang mengacu pada sesuatu yang baru atau diperbarui, baik itu produk, layanan, proses, struktur organisasi, dan lainnya. Inovasi yang dilakukan perusahaan dapat menghasilkan pengalaman baru bagi konsumen yang diberikan melalui produk atau jasa serta dari segi harga dan kebutuhan pelanggan yang tidak disadari. Dalam sebuah kondisi bisnis yang semakin ketat, inovasi menjadi salah satu faktor utama yang wajib diterapkan oleh perusahaan dalam bertahan serta bersaing di pasar. Inovasi sendiri berarti melakukan suatu perubahan yang lebih efisien untuk mendapatkan keunggulan bersaing.

Namun, daya saing dan produktivitas UMKM di Indonesia masih rendah sehingga menjadi permasalahan dalam perkembangan UMKM di Indonesia. Selain itu, salah satu faktor dari penyebab rendahnya daya saing UMKM di Indonesia adalah rendahnya inovasi yang dilakukan oleh para pengusaha (Djumilah *et al*.,2017). Di samping itu melihat Yogyakarta sebagai kota pelajar dan kota pariwisata yang setiap tahunnya menjadikan kota Yogyakarta sebagai destinasi bagi calon mahasiswa dan wisatawan, menimbulkan banyak UMKM baru bermunculan setiap tahunnya dan mengakibatkan persaingan ketat, dan UMKM pun dituntut untuk berinovasi dengan cepat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memberikan bukti apakah kecepatan inovasi memengaruhi daya saing, serta *creative destruction* sebagai mediasi hubungan antara kecepatan inovasi dan daya saing bagi UMKM. Penelitian ini

dilakukan pada UMKM maka diharapkan memberikan kontribusi pada UMKM yang belum memperhatikan laju dari inovasi dan sekaligus penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan bagi para pelaku UMKM untuk berinovasi lebih cepat agar meningkatkan daya saing. Berdasarkan uraian yang telah disampaikan di atas, maka rumusan masalah yang akan peneliti angkat yaitu:

1. Apakah kecepatan inovasi berpengaruh terhadap daya saing UMKM di Yogyakarta?
2. Apakah kecepatan inovasi berpengaruh terhadap *creative destruction*?
3. Apakah *creative destruction* berpengaruh terhadap daya saing UMKM di Yogyakarta?
4. Apakah *creative destruction* dapat menjadi mediasi hubungan antara kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKM di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang telah dipaparkan maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKM Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh kecepatan inovasi terhadap *creative destruction*
3. Untuk mengetahui pengaruh *creative destruction* terhadap daya saing UMKM di Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh peran dari *creative destruction* sebagai variabel mediasi antara kecepatan inovasi dan daya saing UMKM di Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi UMKM

   Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman untuk memahami kecepatan inovasi terhadap daya saing serta pengaruh dari *creative destruction* sebagai variabel mediasi antara kecepatan inovasi dan daya saing UMKM di Yogyakarta.
2. Bagi Penulis

   Dengan adanya penelitian ini diharapkan, menjadi salah satu bentuk upaya untuk memperdalam ilmu dan praktik untuk dapat melakukan perbandingan antara

teori yang telah dipelajari dengan kejadian yang sebenarnya terjadi dalam suatu perusahaan atau industri bisnis secara langsung.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan pembanding bagi peneliti-peneliti selanjutnya terkait riset ini khususnya mengenai Pengaruh Kecepatan inovasi terhadap daya saing dengan dimediasi oleh *Creative Destruction*.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Inovasi

Inovasi merupakan hal yang sangat penting dilakukan dalam persaingan bisnis saat ini. Inovasi sendiri menjadi tuntutan bagi para pelaku bisnis yang mereka jalani, baik dari usaha skala mikro, kecil, dan menengah. Inovasi dalam bisnis sangatlah penting karena faktor perkembangan ekonomi yang terus bergerak cepat. Tidak sedikit usaha yang harus gulung tikar karena tidak dapat beradaptasi dan tidak berinovasi dalam mengembangkan usaha mereka. Morales (2011) juga menyarankan bahwa perusahaan bisnis yang memiliki kemampuan kapasitas untuk berinovasi, bisa menghadapi lingkungan global yang lebih kompetitif dan dapat meningkatkan kinerja dan pertumbuhan bisnis mereka. Selain itu Menurut Thompson dalam Hurley & Hult, (1998) mendefinisikan bahwa inovasi secara klasik yaitu merupakan konsep yang luas antara lain adalah implementasi dari ide-ide baru, produk, ataupun proses.

Dalam buku (Tidd *et., al* 2009) yang berjudul *Managing Innovation* mengungkapkan ada 4 pendekatan yang dapat diterapkan dalam berinovasi yaitu:

- Inovasi Produk: Melakukan perubahan pada produk dan layanan yang ditawarkan organisasi.
- Proses Inovasi: Melakukan perubahan dalam cara pembuatan dan penyampaiannya.
- Inovasi Posisi: Melakukan perubahan pada konteks produk atau layanan yang akan dikenalkan
- Inovasi Paradigma: Melakukan perubahan dalam fundamental yang menggambarkan apa yang dilakukan organisasi

Inovasi yang dilakukan suatu bisnis dapat menciptakan pasar baru, dan menunjukkan cara yang baru dalam melayani pelanggan pada pasar yang telah ada. (Perry, 1996) mengakui bahwa inovasi sebagai pendorong utama bagi perusahaan untuk menciptakan nilai dan mempengaruhi persaingan. dengan adanya cepatnya perubuhan

dunia, mewajibkan perusahaan untuk terus melakukan inovasi. Inovasi dapat membantu perusahaan dalam beradaptasi terhadap lingkungan luar yang tidak pasti yang terus berubah, serta menjadi faktor terpenting dalam keberhasilan jangka panjang bisnis (Le & Lei, 2018). Sulit untuk mengendalikan lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat. Agar tetap bertahan, perusahaan harus memiliki yang keunggulan kompetitif. Untuk memenuhi hal tersebut, perusahaan harus mampu memberikan produk dan layanan kepada pelanggan mereka lebih cepat dan kualitas yang lebih menarik dan baik dari pesaing mereka (Boyd & Bresser, 2008).

Perusahaan kerap kali menyadari jika respon yang mereka lakukan terlambat terhadap perkembangan produk baru yang dilakukan pesaing dapat menjadi ancaman utama (Tidd *et al.*, 2009). Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk bergerak cepat dalam pengenalan produk baru, layanan, atau proses baru (Smith, 2011 dalam Le & Lei, 2018). Inovasi yang telah berhasil dilakukan oleh perusahaan memungkinkan mereka untuk mempertahankan dan menciptakan keunggulan kompetitif (Martinde Castro *et al.*, 2013). Namun dalam hal inovasi, tidak semuanya berhasil. Banyak perusahaan, seperti Blackberry, Nokia dan Motorola, telah berinovasi tetapi gagal. Ada banyak contoh perusahaan yang tetap gagal dalam berinovasi karena berbagai faktor antara lain, cepat kehilangan inovasi, daya saing, atau produk inovatif yang tidak diterima pasar. Oleh karena itu, perusahaan yang ingin berinovasi harus memiliki kecepatan inovasi yang lebih baik dari pesaingnya agar tetap bertahan dipasar dan mencapai keunggulan bersaing. Peningkatan dari kompetensi bertujuan untuk meningkatkan biaya atau perusahaan berdasarkan pengetahuan dan keterampilan yang ada. (Tushman & Anderson, 2018). Meningkatnya kompetensi dimaksudkan untuk memperkuat posisi daya saing dari perusahaan dengan memanfaatkan kompetensinya dan menicptakan hambatan bagi bisnis baru yang akan masuk (Gilbert, 2012). Perusahaan yang inovatif dan diikuti dengan peningkatan kompetensi membuat perusahaan lebih kompetitif.

2.1.2 Kecepatan Inovasi

Kecepatan inovasi adalah waktu yang dibutuhkan seorang penemu untuk membawa nilai ekonomi pada inovasi antara ide inovasi yang ditemukannya dan waktu memasuki pasar (Kessler & Cakrabarti, 1996 dalam Taneo & Yufra, 2019). Kecepatan

inovasi juga menggambarkan kemampuan perusahaan dalam meminimalisir waktu yang dibutuhkan untuk mengembangkan produk dan proses baru terhadap pesaingnya (Allocca & Kessler, 2006). Wang (2016) Ia menyatakan bahwa inovasi memiliki dua elemen penting yaitu kecepatan dan kualitas inovasi. Dalam berinovasi, sering bisnis gagal karena terlambat dalam berinovasi. Perusahaan yang sedang melakukan inovasi memiliki pilihan untuk meningkatkan kualitas produk, meminimalisir biaya dalam pengembangan produk, dan menetapkan harga di pasar. Selain itu, perusahaan yang lebih cepat dalam melakukan inovasi dari pesaingnya mendapatkan lebih banyak pangsa pasar, lebih banyak pelanggan, tingkat margin yang lebih tinggi, waktu penjualan yang lebih lama, dan daya saing yang lebih (Smith & Reinertsen, 1995 dalam Djumilah *et al*., 2017).

Kecepatan Inovasi diperlukan oleh suatu usaha agar tetap berkembang dan bertahan. Semakin cepat perusahan berinovasi maka semakin cepat suatu perusahaan dapat melucurkan produknya dibandingkan para pesaingnya, sehingga dapat menciptkan peluang untuk menarik lebih banyak konsumen. Oleh karena itu para pelaku usaha harus lebih memperhatikan kecepatan inovasi karena dapat menjadi faktor penting untuk memiliki keunggulan posisi atas pesaingnya untuk mencapai peningkatan kinerja perusahaan secara keseluruhan dan daya saing berkelanjutan. Kecepatan inovasi bisa berarti mempercepat waktu pada proses produksi atau cepatnya proses masuknya produk baru ke pasar. Kecepatan berinovasi muncul sebagai elemen penting dari keberhasilan strategis dalam sebuah perusahaan. Kecepatan inovasi merupakan suatu konsep dalam pengembangan produk yang dapat menunjukan efisiensi perusahaan dalam proses pengembangan produk dan juga kecepatan masuknya suatu produk memasuki pasar (Kessler & Bierly 2002).

Kecepatan inovasi dapat menciptakan respon yang cepat pada lingkungan dengan memperkenalkan produk baru dalam waktu yang lebih singkat dan biaya yang rendah, dan meningkatkan kinerja perusahaan (Tidd *et al.*, 2005). Kecepatan inovasi dianggap penting bagi strategi inovasi karena tiga alasan. Pertama terdapat ada hubungan positif antara waktu ke pasar dan keberhasilan keseluruhan produk baru, karena kecepatan inovasi mengarah pada kinerja produk baru yang unggul (Chen *et al.*, 2005) Kedua, dengan adanya kecepatan inovasi dapat menjadi kekuatan bagi perusahaan dan keunggulan dalam persaingan yang ada. Kecepatan inovasi adalah kelebihan yang

berharga bagi perusahaan karena memungkinkan tetap berhubungan dekat dengan konsumen dan kebutuhan mereka. Ketiga, meningkatnya persaingan, dan perubahan teknologi di pasar serta siklus hidup produk yang lebih pendek mendorong perusahaan untuk berinovasi lebih cepat (Lynn *et al.*, 2000 dalam Carbonell *et al.*, 2010).

2.1.3 *Creative Destruction*

Creative Destruction adalah cara di mana produk dan proses tertentu digantikan dengan produk berkualitas yang lebih baik dan metode produksi yang lebih efisien (Bosma *et al*., 2011). *Creative Destruction* pertama kali dicetuskan oleh Schumpeter. Secara umum, *Creative Destruction* dapat dipisahkan menjadi dua bagian yaitu, berbasis kompetensi dan berbasis pasar. Dalam kerangka berbasis kompetensi, hasil daya saing dari laju inovasi bergantung pada pengaruh inovasi terhadap sumber daya, keterampilan, dan pengetahuan perusahaan. Beberapa inovasi meningkatkan kemampuan dan kompetensi teknologi yang ada, sementara yang lain dapat menggantikannya (Bergek *et al*., 2013). Sedangkan berbasis pasar, mempertahankan inovasi, memperkuat jaringan pasar dan layanan pelanggan. (Christensen, 2003). Saat ini, seiring dengan perubahan dunia dan lingkungan bisnis yang sangat cepat, perusahaan semakin tertantang untuk berinovasi. Inovasi yang dilakukan perusahaan seringkali berujung pada *Creative Destruction* oleh pesaing dan dari perusahaan itu sendiri sebagai *self-destruction* (Kornai, 2010).

Dalam proses inovasi sendiri yang dilakukan oleh perusahaan tidaklah cukup, setidaknya harus diikut dengan *Creative Destruction* (Kivimaa & Kern, 2016). Tujuan *Creative Destruction* adalah untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi sebagai dasar daya saing (Mckeown, 2008, (Taneo dan Yufra, 2019). Kecepatan inovasi yang didukung oleh *Creative Destruction* dapat menciptakan dan mempertahankan daya saing UMKM. *Creative Destruction* UMKM dapat meningkatkan kinerja produk, meningkatkan kompetensi dan mempertahankan inovasi (Christensen & Rosenbloom, 1995; Christensen & Bower, 1996; Christensen, 2003).

2.1.4 Daya Saing

Daya saing berasal dari kata latin yang berkaitan dengan bagaimana kemampuan dari suatu usaha untuk menciptakan suatu nilai tertentu dalam memperebutkan pasar dengan perusahaan lainnya. Menurut (Ada *et al.*, 2013) daya saing UMKM dapat

memicu peningkatan nilai jual dalam persaingan usaha. dengan adanya peningkatan daya saing yang dilakukan UMKM agar mampu bertahan dalam lingkungan bisnis yang ketat. (Rostek, 2012). Teori Porter (2011) memberikan definisi bahwa daya saing adalah penerapan strategi penciptaan nilai oleh perusahaan, yang tidak diterapkan oleh pesaing pada saat yang sama dan tidak dapat dengan mudah ditiru. Teori *Diamond* Porter (1990) menyampaikan tentang daya saing nasional, tetapi Porter mengakui bahwa suatu negara hanya dapat pada saat perusahaannya juga dapat bersaing (dalam Djumilah *et.al*, 2017). Teori Porter (1990) dianggap lebih cocok untuk negara maju maka dari itu (Cho & Moon, 2002) menambahkan lima elemen untuk membuat sembilan elemen yang lebih cocok untuk negara berkembang. Salah satu faktornya adalah para pelaku usaha sebagai pencipta inovasi. Dalam lingkungan yang sangat ketat yang di tandai dengan perubahan teknologi yang cepat, siklus hidup produk akan menjadi lebih pendek (Kessler dkk., 2007), sehingga kemampuan untuk mengembangkan dan memperkenalkan inovasi produk baru ke pasar lebih cepat dari pesaing adalah kunci untuk mendapatkan keunggulan kompetitif (Alloca & Kessler, 2006). (Black & Porter, 2000) menyampaikan bahwa daya saing dapat dicapai melalui salah satu dari lima hal, yaitu :

a. Melakukan sesuatu lebih baik daripada yang dilakukan orang/pihak lain
b. Melakukan sesuatu yang sulit ditiru orang lain
c. Melakukan sesuatu yang bernilai bagi pelanggan
d. Melakukan sesuatu yang sulit untuk digantikan
e. Melakukan sesuatu yang memiliki margin biaya-manfaat lebih tinggi dari rata-rata industri

Pengganti dari daya saing sering juga di sebut produktivitas sekaligus indikator yang baik untuk daya saing jangka panjang pada suatu perusahaan oleh banyak penulis. Porter mendefinisikan daya saing di tingkat organisasi sebagai pertumbuhan produktivitas yang tercermin dalam produk lain yang mendorong biaya yang lebih rendah dan harga lebih tinggi (Porter, 2011). Perusahaan, industri, atau negara yang

paling produktif dapat dianggap sebagai yang paling kompetitif (McKee dan Sessions-Robinson, 1989 dalam Ambhasta *et.,al* 2004). Daya saing UMKM merupakan kemampuan UMKM untuk memenangkan dan mempertahankan persaingan dengan bisnis yang sejenis (Ambastha dan Momaya, 2012). Tingginya produktivitas dan profitabilitas adalah tujuan dari UMKM, tetapi persaingan untuk mencapai tujuan ini sangat ketat karena perubahan teknologi yang cepat sehingga siklus hidup produk lebih pendek (Huang *ea.al*., 2002; Kessler *et.al*, 2007). Oleh karena itu, kemampuan untuk meluncurkan dan mengembangkan produk inovatif dan membawanya ke pasar lebih cepat dari pesaing merupakan faktor penting untuk memenuhi keunggulan bersaing Allocca & Kessler (2006).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang sudah dilakukan oleh (Taneo & Yufra, 2019). Yang ditujukan untuk mengetahui hubungan antara kecepatan inovasi terhadap keunggulan bersaing pada kasus UMKM pangan di Malang Indonesia. Hasil dari penelitian tersebut membuktikan bahwa Kecepatan inovasi terbukti secara positif berpengaruh terhadap daya saing UMKM pangan. *Creative Destruction* terbukti sebagai mediasi parsial antara kecepatan inovasi dan daya saing UMKM pangan. Kecepatan inovasi yang dilakukan serta diikuti oleh *creative destruction* akan memiliki pengaruh besar terhadap daya saing UMKM pangan.

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

Sebuah penelitian yang sudah dilakukan oleh (Goktan *et al* 2011). Yang berisi tentang kecepatan inovasi dan inovasi radikalisme. Penelitian ini difokuskan pada perusahaan-perusahaan industri yang berteknologi tinggi. Dalam penelitian ini ada 500

perusahaan dari industri semi konduktor, peralatan audio video dan perangkat keras komputer, dengan lebih dari sepuluh karyawan, dipilih secara acak yang dipilih berdasarkan NAICS ((North American Industry Classification System). Hasil dari penelitian ini bahwasanya jenis inovasi yakni inovasi produk radikal terbukti memiliki hubungan positif dengan kecepatan inovasi. Selain itu kesimpulan yang didapat dari penelitian ini bahwa perusahaan yang mampu bertahan telah menemukan cara untuk memberikan produk yang inovatif secara radikal dan mempersingkat waktu pengembangan produk pada saat yang sama agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis.

Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh (Phong & Lei 2018). Yang berjudul "*The Effects of innovation speed and quality on differentiation and low-cost competitive advantage*" Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner, yang menunjukkan hasil bahwa kecepatan dan kualitas inovasi memediasi hubungan antara *Organizational Learning*, kecepatan inovasi mempunyai pengaruh positif terhadap *low-cost competitive advantage* dan *Organizational Learning* dan kualitas inovasi memiliki efek yang lebih besar pada *differentiation competitive advantage.*

2.3 Formulasi Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing

Dampak dari kecepatan inovasi mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap keunggulan bersaing (Taneo & Yufra, 2019) Dan daya saing diukur melalui produktivitas dan profitabilitas (Ambhasta & Momaya, 2012). Di penelitian ini, daya saing UMKM digunakan sebagai variabel dependen berdasarkan kinerja kombinasi aset dan proses tingginya daya saing serta mengukurnya melalui produktivitas dan profitabilitas menjadi tujuan dari UMKM sedangkan persaingan untuk menggapai tujuan tersebut semakin ketat karena perubahan teknologi yang cepat sehingga siklus hidup produk lebih pendek (Huang *et.al*., 2002; Kessler *et.al*, 2007 dalam Taneo dan Yufra, 2019). Oleh karena itu, kemampuan untuk meluncurkan dan mengembangkan produk inovatif ke pasar lebih cepat dari pesaing merupakan salah satu kunci untuk memperoleh keunggulan kompetitif (Allocca & Kessler, 2006). Perusahaan yang hanya berinovasi tidaklah cukup, tetapi harus diikuti *creative destruction* (Kivimaa & Kern, 2016). Lambatnya inovasi dan *creative destruction* serta tinggi persaingan yang ketat

antar perusahaan menyebabkan daya saing yang rendah (USAID, 2013; ERIA SME Research Working Group, 2014).

Maka, daya saing UMKM dapat ditingkatkan melalui kecepatan inovasi dan peningkatan *creative destruction* dan kecepatan inovasi secara lebih khususnya sebagai kemampuan dari perusahaan untuk meminimalisir waktu yang dibutuhkan dalam mengembangkan produk dan proses baru dibandingkan dengan pesaingnya. Selain itu kecepatan inovasi dapat menciptakan respons yang cepat terhadap lingkungan yang dinamis dengan memperkenalkan produk baru dalam waktu yang lebih cepat dan biaya yang rendah, dan meningkatkan kinerja perusahaan (Tidd *et al.*, 2005).

Dalam penelitian Taneo & Yufra (2019) terdapat bukti empiris yang mendukung pandangan bahwa kecepatan inovasi dan keunggulan bersaing berpengaruh positif. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pertama dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1: Kecepatan inovasi berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM di Yogyakarta

2.3.2 Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap *Creative Destruction*

Menurut (Baregheh *et.,al* 2012) kecepatan inovasi dengan *creative destruction* jika digabungkan akan memiliki pengaruh terhadap daya saing. Hal tersebut membuktikan bahwa kecepatan inovasi sangat erat kaitan nya dengan *creative destruction*. Menurut Kessler *et.al*. (2007) kecepatan inovasi memiliki pengaruh untuk memperpendek siklus hidup produk, sehingga akan memberikan dampak bagi pengembangan dan peluncuran produk yang lebih inovatif ke pasar dan akan lebih cepat dari pada pesaing yang mengakibatkan peningkatan daya saing bagi perusahaan (Allocca & Kessler, 2006).Sedangkan untuk *creative destruction* berkaitan dengan bagaimana proses serta produk tertentu akan digantikan dengan produk yang lebih berkualitas dan proses produksinya dilakukan secara efisien (Freel, 2006; Bosma et.al 2011), yang mana memiliki tujuan untuk meningkatkan produktivitas sebagai dasar daya saing (Mckeown, 2008).

Saat ini, inovasi akan terus tergantikan oleh inovasi yang akan menyebabkan adanya *creative destruction* dari para pesaing atau bahkan dari bisnis itu sendiri yang akan menyebabkan *creative destruction* (Liang, 2002; Kornai, 2010; Desai *et al*., 2010).

Pada dasarnya perusahaan yang hanya melakukan inovasi tidak akan cukup, karena harus diikuti dengan *creative destruction* (Andersson *et al*., 2012; Kivimaa & Kern, 2015). Menurut penelitian dari Taneo & Yufra (2019) dapat diketahui bahwa adanya hubungan yang signifikan antara *creative destruction* dengan kecepatan inovasi. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis kedua penelitian ini sebagai berikut:

H2: Kecepatan Inovasi berpengaruh positif terhadap *Creative Destruction* UMKM di Yogyakarta

2.3.3 Pengaruh *Creative Destruction* terhadap Daya Saing

Menurut Baregheh *et al*. (2012) *creative destruction* dapat meningkatkan daya saing. Jika *creative destruction* mengalami kelambatan dalam proses nya maka akan mengakibatkan juga rendahnya daya saing (Kushadiani, 2006;Tambunan, 2008; USAID, 2013; ERIA SME Research Working Group, 2014). Penelitian yang dilakukan oleh Walton & Oestreicher (2012) menyatakan bahwa penelitian mengenai *creative destruction* dan daya saing masih sangat terbatas. Adapun penelitian sebelumnya dilakukan pada perusahaan informasi dan teknologi komunikasi yaitu *Google* dan *Apple*. Adapun penelitian dari McKewn (2008) menyatakan bahwa tujuan dari *creative destruction* adalah untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi sebagai dasar adanya daya saing. Penelitian menurut Taneo & Yufra (2019) dapat diketahui bahwa adanya hubungan yang signifikan antara *creative destruction* dengan daya saing. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis kedua penelitian ini sebagai berikut:

H3: *Creative Destruction* berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM di Yogyakarta

2.3.4 Creative Destruction Memediasi Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing

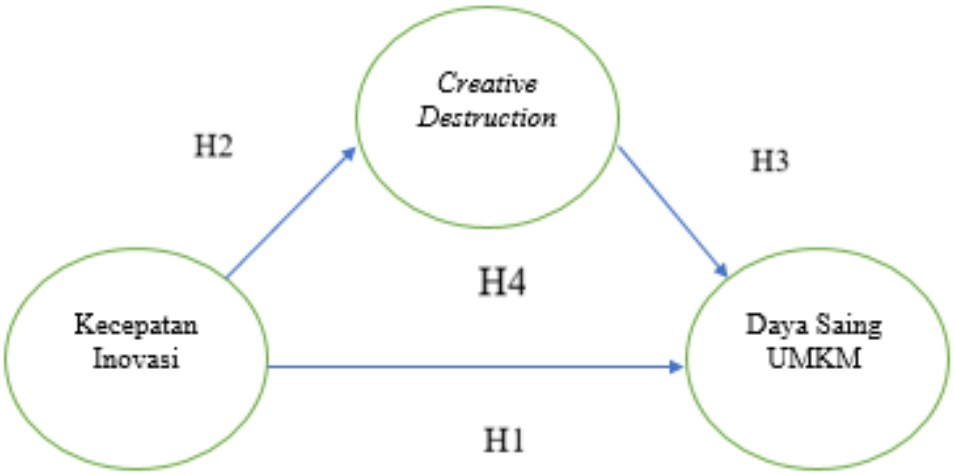
Creative Destruction merupakan bagaimana cara produk serta proses tertentu digantikan dengan produk berkualitas yang lebih baik dan metode produksi yang lebih efisien (Bosma *et al*., 2011). Secara garis besar, *Creative Destruction* dapat dipisahkan menjadi dua bagian, berbasis kompetensi dan berbasis pasar. Pada bagian berbasis kompetensi, hasil kompetitif dari laju inovasi tergantung pada dampak inovasi pada sumber daya, keterampilan, dan pengetahuan perusahaan. Beberapa inovasi

meningkatkan kemampuan dan kompetensi teknologi yang ada, sementara yang lain dapat menggantikannya (Bergek *et al*., 2013). Saat ini, seiring dengan perubahan dunia dan lingkungan bisnis yang sangat cepat, perusahaan semakin tertantang untuk berinovasi. *Creative Destruction* bertujuan untuk menaikkan produktivitas dan efisiensi sebagai dasar dari daya saing (Mckeown, 2008). Oleh karena itu, dengan adanya dukungan oleh *creative destruction* kecepatan inovasi dapat menciptakan atau mempertahankan daya saing UMKM.

Dalam penelitian Taneo & Yufra (2019) terdapat bukti empiris yang mendukung pandangan bahwa *Creative Destruction* berpengaruh positif sebagai mediasi antara kecepatan inovasi dan daya saing UMKM. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis keempat penelitian ini sebagai berikut:

H4: *Creative Destruction* memediasi pengaruh antara kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKM di Yogyakarta

2.4 Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

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

3.2 Pendekatan Penelitian

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

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Ghozali (2014) populasi merupakan wilayah generalisasi yang meliputi objek atau subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh stakeholder yang memiliki peran penting pada UMKM di kota Yogyakarta. Sementara metode dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive random sampling. Purposive random sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang disesuaikan dengan kriteria tertentu agar sampel yang digunakan lebih representatif. Sementara untuk jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 110 responden. Jumlah sampel tersebut telah memenuhi kriteria sesuai yang direkomendasikan dalam Ghozali (2014) di mana dalam penggunaan SEM dapat menggunakan sampel antara 100-200 responden. Maka dari itu dalam penelitian ini dengan jumlah sampel 110 responden telah memenuhi kriteria penelitian.

3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan satu sumber jenis data, yaitu data primer. Menurut Sekaran (2013) data primer adalah data yang yang diperoleh pertama kali oleh peneliti seperti data kuesioner yang didapat dari responden.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar kepada 110 UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Menurut Sekaran (2013) kuesioner adalah alat yang digunakan untuk menyebarkan pertanyaan secara tertulis yang mana pertanyaan tersebut akan dijawab oleh para responden. Kuesioner juga sebagai salah satu cara untuk mengumpulkan data secara mudah, efektif, dan efisien. Adapun menurut Sekaran (2013) yang mana menjelaskan prinsip untuk penyusunan kuesioner:

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

3.4.3 Skala Pengukuran

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

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

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1 Kecepatan Inovasi

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

- Menciptakan ide dan inovasi yang lebih cepat dari yang direncanakan
- Memperkenalkan produk baru ke pasar sesuai dengan rencana awal
- Memberikan inovasi yang lebih cepat daripada sebelumnya, selama 3 tahun terakhir

3.5.2 Creative Destruction

Menurut Bosma *et.al* (2011), Bergek et.al (2013), Tushman, dan Andreson (1986) *Creative Destruction* merupakan bagaimana cara suatu produk serta proses digantikan oleh produk yang berkualitas lebih baik dan metode produksi yang lebih efisien, yang mana dilihat dari inovasi yang meningkatkan kompetensi dan mempertahankan. Adapun indikator dalam penelitian ini yang diadopsi dari Bosma e*t.al* (2011), Bergek et.al (2013), Tushman, dan Andreson (1986) sebagai berikut:

- Biaya produksi yang efisien
- Kualitas produk yang lebih baik
- Keterampilan pekerja yang lebih baik
- Memperkuat manfaat kemasan produk
- Memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen
- Mempertahankan jaringan pasar yang sudah ada

3.5.3 Daya Saing

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

- Meningkatkan laba
- Meningkatkan modal
- Meningkatkan kekayaan
- Pencapaian target produksi
- Peningkatan hasil produksi
- Memberikan produk dengan kualitas terbaik sesuai dengan harapan pelanggan

3.6 Alat Analisis

3.6.1 Analisis Deskriptif

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

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

3.6.2 Analisis Inferensial

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

3.6.2.1 Evaluasi Model Pengukuran

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

1. **Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)**

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

2. **Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)**

Uji diskriminan dapat dikatakan berhasil ketika nilai *loading* dari setiap indikator variabel laten memiliki nilai yang tertinggi daripada nilai variabel laten lainnya. Menurut Ghozali dan Latan (2015) untuk menilai validitas diskriminan dengan *cross loading* yang mana dapat dilakukannya evaluasi untuk setiap nilai konstruksi yang mana dari hal tersebut akan mendapatkan kepastian nilai perhitungan yang lebih besar dari pada konstruk lainnya. *Cross loading* yang diharapkan harus bernilai lebih besar dari 0,07.

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

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

4. **Reliabilitas Konsistensi Internal (Internal Consistency Reliability)**

Menurut Ghozali dan Latan (2015) untuk reliabilitas internal ditemukan aturan secara umum yang disebut dengan *rule of thumb* yang mana menjelaskan nilai dari *cronbach's alpha* harus di atas 0,7 dan untuk nilai *composite reliability* harus di atas 0,7.

3.6.2.2 Evaluasi Model Struktural

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

1. **Uji Path Coefficients**

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

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

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

3. Uji *Coefficient of Determination* (R2)

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

4. Uji *Predictive Relevance* (Q2)

Menurut Ghozali & Latan (2015) Uji Q2 digunakan untuk mengukur bagaimana nilai dari penelitian model struktural dan estimasi indikatornya. Nilai dapat dikatakan relevan ketika Q2>0 dan sebaliknya.

5. Uji *Normed Fit Index* (NFI)

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

BAB IV
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian mengenai pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing UMKM dengan dimediasi *Creative Destruction* pada UMKM di Yogyakarta dapat diperoleh dari data hasil penyebaran kuesioner sebesar 110 responden. Data primer tersebut merupakan hasil dari jawaban-jawaban responden yang akan digunakan dalam menjawab rumusan masalah terkait dengan penelitian. Hasil akan disajikan melalui analisis deskriptif karakteristik responden dan analisis SEM.

Sesuai dengan permasalahan dan perumusan model yang telah dikemukakan, serta kepentingan pengujian hipotesis, maka teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan program SmartPLS versi 3.0. Analisis dilakukan dengan menyesuaikan tahapan dalam analisis SEM sebagaimana telah dijabarkan pada bab sebelumnya. Evaluasi terhadap model SEM juga akan dianalisis untuk memperoleh kecocokan yang diajukan. Setelah diketahui hasil pengolahan data, maka akan diperoleh pembuktian dari hipotesis yang telah dikembangkan sebelumnya sebagai hasil modifikasi model penelitian, yang selanjutnya akan menjadi acuan untuk menarik beberapa kesimpulan. Adapun analisis yang dimaksud meliputi: karakteristik responden, pengujian *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan SmartPLS, dan pembahasan.

4.1 Karakteristik Responden

4.1.1 Jumlah Karyawan UMKM

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

Tabel 4.1 Responden Menurut Jumlah Karyawan

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

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

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

4.1.2 Lama Usaha UMKM

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

Tabel 4.2 Responden Menurut Lama Usaha UMKM

Kategori	Jumlah	Persentase
6 - 12 Bulan	25	22,7%
> 1 - 2 Tahun	54	49,1%
> 2 - 3 Tahun	21	19,1%
> 3 - 5 Tahun	5	4,5%
> 5 Tahun	5	4,5%
Total	110	100,0

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

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

4.1.3 Omzet per Tahun UMKM

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

Tabel 4.3 Responden menurut Omzet per Tahun UMKM

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

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

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

4.1.4 Jabatan

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

Tabel 4.4 Responden Menurut Jabatan

Kategori	Jumlah	Persentase
Manajer/Pengelola Usaha	5	4,5%
Pemilik Usaha	97	88,2%
Staf Operasional	8	7,3%
Total	110	100,0

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini dengan jabatan Pemilik Usaha yang berjumlah 97 orang atau memiliki persentase 88,2%, Manajer/Pengelola Usaha berjumlah 5 orang atau memiliki persentase 4,5%, dan sisanya Staff Operasional berjumlah 8 orang dengan persentase 7,3%.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Pengujian Model Pengukuran *(Outer Model)*

4.2.1.1 *Convergent Validity*

Convergent validity diukur dengan menggunakan parameter outer loading atau loading factor. Ukuran convergent validity dinyatakan baik apabila nilai factor loadingnya > 0.70. Variabel manifest yang harus dikeluarkan dari model. Berikut adalah nilai *outer loading* masing-masing indikator pada variabel penelitian ini sebagai berikut.

Tabel 4.5 Nilai *Convergent Validity*

Variabel	Indikator	Nilai Loading	Keterangan
Kecepatan	KI1	0.809	Valid

Inovasi	KI2	0.830	Valid
	KI3	0.824	Valid
Creative Destruction	CD1	0.754	Valid
	CD2	0.754	Valid
	CD3	0.779	Valid
	CD4	0.803	Valid
	CD5	0.739	Valid
	CD6	0.795	Valid
Daya Saing UMKM	DS1	0.847	Valid
	DS2	0.818	Valid
	DS3	0.776	Valid
	DS4	0.811	Valid
	DS5	0.761	Valid
	DS6	0.846	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.5 bahwa nilai *factor loading* semua variabel manifest > 0.7, menunjukkan bahwa semua indikator pada variabel penelitian dapat dikatakan memenuhi *convergent validity* dan tidak ada yang dikeluarkan.

4.2.1.2 Discriminant Validity

Discriminant validity digunakan untuk menguji validitas suatu model. *Discriminant validity* dilihat melalui nilai cross loading yang berfungsi untuk mengetahui apakah nilai konstruk mempunyai diskriminan yang memenuhi dengan cara mengkomparasikan nilai *loading* terhadap konstruk yang ditentukan harus lebih tinggi nilainya daripada yang lain. Berdasarkan standar yang telah ditentukan bahwa nilai konstruk lebih besar 0,7 maka dapat diartikan valid.

Tabel 4.6 Nilai Loading Silang (*Cross Loading*)

	Kecepatan Inovasi	**Creative Destruction**	**Daya Saing UKM**
KI1	**0.809**	0.542	0.427
KI2	**0.830**	0.492	0.514
KI3	**0.824**	0.507	0.471

CD1	0.473	**0.754**	0.617
CD2	0.433	**0.754**	0.544
CD3	0.498	**0.779**	0.602
CD4	0.446	**0.803**	0.578
CD5	0.477	**0.739**	0.610
CD6	0.554	**0.795**	0.587
DS1	0.496	0.705	**0.847**
DS2	0.453	0.622	**0.818**
DS3	0.452	0.574	**0.776**
DS4	0.442	0.582	**0.811**
DS5	0.486	0.599	**0.761**
DS6	0.461	0.630	**0.846**

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.6, nilai cross loading pada masing – masing item memiliki nilai >0.70, menunjukkan bahwa variabel *manifest* pada penelitian ini sudah benar dalam menjelaskan variabel latennya serta membuktikan bahwa keseluruhan item memiliki kevalidan atau dapat dikatakan *discriminant validity* yang memiliki hasil yang bagus

4.2.1.3 *Composite Reliability*

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur suatu konstruk. Dalam PLS – SEM dengan menggunakan SmartPLS, untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite reliability.* Namun, penggunaan *Cronbach's Alpha* untuk menguji reliabilitas suatu konstruk akan memberikan nilai yang lebih rendah (*underestimate*) sehingga lebih disarankan untuk menggunakan Composite Reliability.

Tabel 4.7 Nilai loading silang (cross loading)

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Kecepatan Inovasi	0,758	0,861	0,674

Creative Destruction	0,863	0,898	0,595
Daya Saing UKM	0,895	0,920	0,657

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dari tabel 4.7 di atas dapat dilihat bahwa nilai semua variabel dalam pengujian reliabilitas baik menggunakan Cronbach's Alpha ataupun Composite reliability nilainya > 0.70, dan pengujian validitas dengan menggunakan AVE (Average Variance Extracted) nilainya > 0.50. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel - variabel yang diujikan valid dan juga reliabel, sehingga dapat dilanjutkan untuk menguji model struktural.

4.2.2 Statistik Deskriptif

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

4.2.2.1 Variabel Kecepatan Inovasi

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

Tabel 4.8 Tabel Deskriptif Variabel Kecepatan Inovasi

Variabel	Pernyataan	Mean
Kecepatan Inovasi	Usaha yang saya kelola mewujudkan ide inovasi lebih cepat dari yang direncanakan	4,15
	Usaha yang saya kelola mampu meluncurkan produk baru sesuai dengan yang direncana	4,08
	Selama beberapa bulan terakhir, usaha yang saya kelola mampu berinovasi lebih cepat dibandingkan sebelumnya.	4,13
	Total rata-rata penilaian	4,12

(Sumber: data diolah 2022)

Dari deskriptif penilaian Kecepatan Inovasi pada tabel 4.8 di atas dari 110 responden menunjukkan bahwa penilaian tertinggi adalah indikator pertama yaitu "Usaha yang saya kelola mewujudkan ide inovasi lebih cepat dari yang direncanakan", dengan penilaian rata-rata responden dengan nilai 4,15. Sedangkan penilaian yang paling rendah adalah indikator kedua yaitu "Usaha yang saya kelola mampu meluncurkan produk baru sesuai dengan yang direncana", dengan penilaian rata-rata responden dengan nilai 4,08. Keseluruhan rata–rata penilaian dari variabel Kecepatan Inovasi pada penelitian ini adalah 4,12.

4.2.2.2 Variabel Creative Destruction

Variabel Creative *Destruction* di dalamnya berisi 6 pertanyaan yang telah diisi oleh responden. Hasil yang diperoleh dari keseluruhan responden ke dalam bentuk nilai rata-rata yang didistribusikan dan dilakukan penilaian yang ada pada tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.9 Tabel Deskriptif Variabel *Creative Destruction*

Variabel	Pernyataan	Mean
Creative Destruction	Usaha yang saya kelola memiliki biaya produksi yang semakin efisien	4,10
	Usaha yang saya kelola mampu menghasilkan produk dengan kualitas yang semakin baik	4,12
	Para pegawai di perusahaan yang saya kelola, semakin terampil dalam bekerja	4,10
	Usaha yang saya kelola mampu memperbaiki pengemasan	4,03
	Usaha yang saya kelola mampu memberikan layanan yang terbaik kepada pelanggan	4,16
	Usaha yang saya kelola mampu menjaga dan mengembangkan jaringan pasar (pemasok pelanggan, agen, distributor, dll.)	3,99
	Total rata-rata penilaian	4,08

(Sumber: data diolah 2022)

Dari deskriptif penilaian *Creative Destruction* pada tabel 4.9 di atas dari 110 responden menunjukkan bahwa penilaian tertinggi adalah indikator kelima yaitu "Usaha yang saya kelola mampu memberikan layanan yang terbaik kepada pelanggan", dengan penilaian rata-rata responden dengan nilai 4,16. Sedangkan penilaian yang paling rendah adalah indikator keenam yaitu "Usaha yang saya kelola mampu menjaga dan mengembangkan jaringan pasar (pemasok pelanggan, agen, distributor, dll.)", dengan penilaian rata-rata responden dengan nilai 3,99. Keseluruhan rata–rata penilaian dari variabel *Creative Destruction* pada penelitian ini adalah 4,08.

4.2.2.3 Variabel Daya Saing UMKM

Variabel Daya Saing UMKM di dalamnya berisi 6 pertanyaan yang telah diisi oleh responden. Hasil yang diperoleh dari keseluruhan responden ke dalam bentuk nilai rata-rata yang didistribusikan dan dilakukan penilaian yang ada pada tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.10 Tabel Deskriptif Variabel Daya Saing UMKM

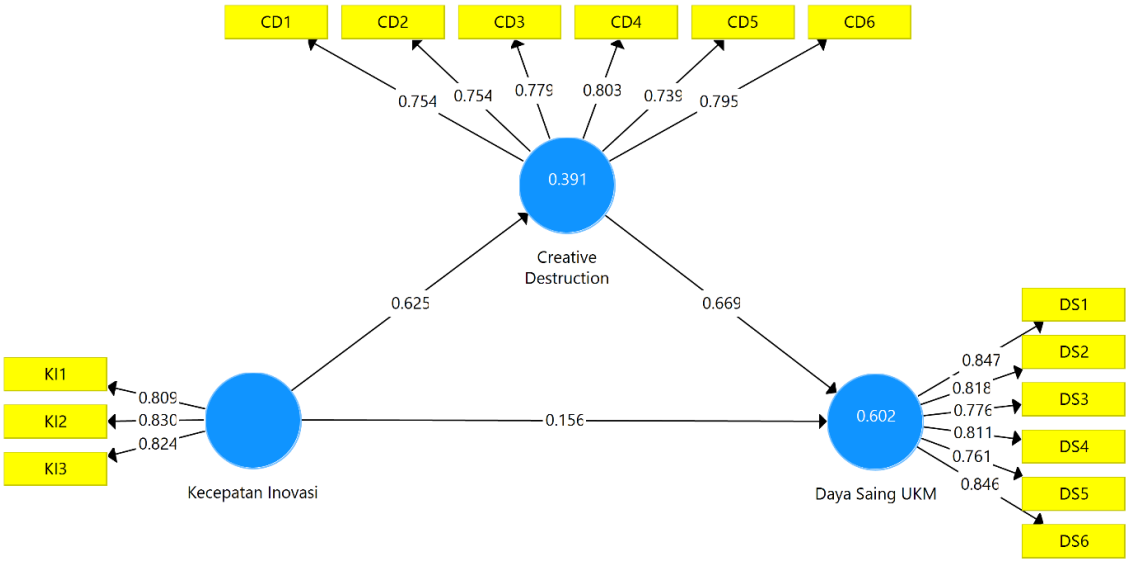
Variabel	Pernyataan	Mean
Daya Saing UMKM	Usaha yang saya kelola mampu meningkatkan keuntungan (laba)	4,11
	Usaha yang saya kelola mampu meningkatkan modal usaha	4,06
	Usaha yang saya kelola mampu meningkatkan nilai aset (kekayaan) usaha	4,15
	Usaha saya kelola mampu memenuhi target produksi yang direncanakan	4,07
	Usaha saya kelola mampu meningkatkan jumlah/kuantitas produksi	4,10
	Usaha saya kelola mampu menawarkan produk dengan kualitas yang melebihi harapan pelanggan	4,04
	Total rata-rata penilaian	4,08

(Sumber: data diolah 2022)

Dari deskriptif penilaian Daya Saing UMKM pada tabel 4.10 di atas dari 110 responden menunjukkan bahwa penilaian tertinggi adalah indikator ketiga yaitu "Usaha yang saya kelola mampu meningkatkan nilai aset (kekayaan) usaha", dengan penilaian rata-rata responden dengan nilai 4,15. Sedangkan penilaian yang paling rendah adalah indikator keenam yaitu "Usaha saya kelola mampu menawarkan produk dengan kualitas yang melebihi harapan pelanggan", dengan penilaian rata-rata responden dengan nilai 4,04. Keseluruhan rata–rata penilaian dari variabel Daya Saing UMKM pada penelitian ini adalah 4,08.

4.2.3 Analisis Model Struktural

Evaluasi model struktural atau inner model bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten. Model struktural dievaluasi dengan melihat besarnya persentase variance yang dijelaskan yaitu dengan melihat nilai R-Square untuk konstruk laten endogen, pengujian model fit, dan uji signifikansi untuk menjawab hipotesis penelitian.



Gambar 4.1 Pengujian Model Pengukuran

4.2.3.1 R-Square (R^2)

Tabel 4.11 Nilai R^2 Variabel Endogen

	R Square	Adjusted R Square
Creative Destruction	0.391	0.385
Daya Saing UKM	0.602	0.594

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.11 dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam model Kecepatan Inovasi terhadap *Creative Destruction* memberikan nilai sebesar 0.391, yang dapat menjelaskan bahwa variabel *Creative Destruction* dipengaruhi oleh variabel Kecepatan Inovasi adalah sebesar 39,1% sedangkan sisanya dijelaskan melalui variabel lain.

Pada model model Kecepatan Inovasi dan *Creative Destruction* terhadap Daya Saing UMKM memberikan nilai sebesar 0,602, yang dapat diinterpretasikan bahwa variabel Daya Saing UMKM dapat dijelaskan oleh variabel Kecepatan Inovasi dan *Creative Destruction* adalah sebesar 60,2% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

4.2.3.2 Uji Model Fit

Tabel 4.12 Model Fit

Fit Summary	**Cut off**	**Estimasi**	**Penjelasan**
SRMR	< 0,10	0,064	Bagus
NFI	Mendekati nilai 1	0,841	Bagus

Sumber: Data primer diolah, 2022

Hasil pengujian model fit pada tabel 4.12 di atas menunjukkan nilai SRMR sebesar 0,064 < 0,10 dan nilai NFI sebesar 0,841 yang mendekati nilai 1, dengan demikian model penelitian dinyatakan fit.

4.2.3.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian dengan menggunakan Smart PLS dilakukan melalui metode bootstrapping. Pendekatan bootstrapping merepresentasi nonparametrik untuk precision dari estimasi. Dalam metode bootstrapping, pengambilan keputusan untuk menerima ataupun menolak sebuah hipotesis didasarkan pada nilai signifikansi (P Value), dan nilai T – table. Nilai signifikansi bisa diketahui dengan melihat nilai *coefficient* parameter dan nilai signifikansi t statistik. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah jika nilai signifikansi t – value > 1.96 dan atau nilai p – value < 0.05 pada taraf signifikansi 5% (α 5%) maka Ha diterima dan Ho ditolak, sebaliknya jika nilai t-value < 1.96 dan atau nilai p-value > 0.05 pada taraf signifikansi 5% (α 5%) maka Ha ditolak dan Ho diterima. Berikut hipotesis – hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini:

Tabel 4.13 Pengujian Hipotesis

	Original Sample (O)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Value
Kecepatan inovasi berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM di Yogyakarta	0,156	2,057	0,040
Kecepatan Inovasi berpengaruh positif terhadap *Creative Destruction*	0,625	9,562	0,000
Creative Destruction berpengaruh positif terhadap Daya Saing	0,669	8,728	0,000
Creative Destruction memediasi pengaruh antara kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKM di Yogyakarta	0,418	7,673	0,000

Sumber: Data Primer diolah, 2022

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel di atas dapat dilihat bahwa pengaruh variabel Kecepatan Inovasi mempunyai *coefficient original sample* terhadap Daya Saing UMKM sebesar 0,156. Nilai t–statistik pada hubungan konstruk ini adalah 2,057 > 1.96, dan nilai p – value sebesar 0,040 < 0.05. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan "Kecepatan inovasi berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM di Yogyakarta" diterima.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel di atas dapat dilihat bahwa pengaruh variabel Kecepatan Inovasi mempunyai *coefficient original sample* terhadap *Creative Destruction* sebesar 0,625. Nilai t–statistik pada hubungan konstruk ini adalah 9,562 > 1.96, dan nilai p – value sebesar 0,000 < 0.05. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan "Kecepatan Inovasi berpengaruh positif terhadap *Creative Destruction*" diterima.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel di atas dapat dilihat bahwa pengaruh variabel *Creative Destruction* mempunyai *coefficient original sample* terhadap Daya SAing UMKM sebesar 0,669. Nilai t–statistik pada hubungan konstruk ini adalah 8,728 > 1.96, dan nilai p – value sebesar 0,000 < 0.05. Dengan

demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan "*Creative Destruction* berpengaruh positif terhadap Daya Saing" diterima.

4. Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel di atas dapat dilihat bahwa pengaruh variabel Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing UMKM melalui mediasi *Creative Destruction* mempunyai *coefficient original sample* sebesar 0,418. Nilai t–statistik pada hubungan konstruk ini adalah 7,673 > 1.96, dan nilai p – value sebesar 0,000 < 0.05. Oleh karena itu, hipotesis keempat yang menyatakan "*Creative Destruction* memediasi pengaruh antara kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKM di Yogyakarta" didukung.

4.2.3.4 Predictive Relevance (Q-Square)

Predictive Relevance atau *Q-Square* merupakan metode dari PLS yang digunakan untuk menunjukkan seberapa bagus hasil pengujian yang didapatkan dari nilai observasi atau riset memakai teknik *blindfolding* dengan melihat pada nilai *Q-square*. Pengujian nilai *Q-square* dinyatakan mempunyai nilai observasi yang bagus apabila nilai *Q-square* > 0, sedangkan nilai *q-square* dinyatakan mempunyai nilai observasi yang kurang bagus apabila nilai *q-square* < 0. Pada penelitian ini, ditunjukkan bahwa nilai *q-square* > 0 maka terbukti model memiliki keakuratan pada *predictive relevance* serta hasil uji dapat dilihat lebih rinci pada tabel 4.14 sebagai berikut:

Tabel 4.14 *Q-Squares*

	SSO	**SSE**	**Q^2 (=1-SSE/SSO)**
Kecepatan Inovasi	330.000	330.000	
Creative Destruction	660.000	512.338	0.224
Daya Saing UKM	660.000	406.883	0.384

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecepatan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM di Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai

coefficient original sample (O) sebesar 0,156 dan nilai p – value sebesar 0,040 < 0.05. Hal ini berarti bahwa kemampuan kecepatan inovasi dari UMKM yang semakin baik, maka akan meningkatkan daya saing yang dimiliki UMKM secara signifikan.

Menurut Allocca dan Kessler (2006) menyampaikan bahwa kecepatan inovasi mencerminkan kemampuan perusahaan untuk meminimalkan waktu yang dibutuhkan untuk mengembangkan produk dan proses baru dibandingkan dengan pesaingnya. Hal ini dibutuhkan UMKM untuk dapat berkembang dalam keberlangsungan usaha yang dilakukan dan tetap bertahan pada persaingan pasar dengan pelaku usaha serupa. Semakin cepat inovasi yang dapat dilakukan dengan baik, akan menciptakan peluang bagi pelaku usaha untuk memiliki daya saing yang lebih unggul dibandingkan dengan pesaing yang lain. Kecepatan inovasi dapat menciptakan respons yang cepat pada lingkungan dengan memperkenalkan produk baru dalam waktu yang lebih singkat dan biaya yang rendah, dan meningkatkan kinerja perusahaan (Tidd *et al.,* 2005).

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Taneo & Yufra (2019) yang membuktikan bahwa kecepatan inovasi berdampak positif pada daya saing yang dimiliki UMKM. UMKM yang memiliki kecepatan inovasi yang baik akan senantiasa berusaha memiliki daya saing yang tinggi dan berusaha mencukupi kebutuhan pasar.

4.3.2 Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap *Creative Destruction*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecepatan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *creative destruction* pada UMKM di Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai *coefficient original sample* (O) sebesar 0,625 dan nilai p – value sebesar 0,000 < 0.05. Hal ini berarti bahwa semakin baik kemampuan kecepatan inovasi dari UMKM maka akan meningkatkan produktivitas UMKM dalam menciptakan produk baru yang lebih baik dari sebelumnya.

Menurut Bosma *et al.,* (2011) menyampaikan bahwa *creative destruction* merupakan cara bagaimana produk serta proses tertentu digantikan oleh produk yang berkualitas lebih baik dan metode produksi yang lebih efisien. Kecepatan inovasi mendorong terciptanya produk-produk yang lebih baik dari produksi yang telah diciptakan sebelumnya. Hal ini dikarenakan dengan inovasi yang dilakukan pelaku usaha tentunya bertujuan untuk menghasilkan produk yang lebih baik dan mampu memenuhi permintaan pasar. Menurut Kessler *et.al*. (2007) kecepatan inovasi memiliki

pengaruh untuk memperpendek siklus hidup produk, sehingga akan memberikan dampak bagi pengembangan dan peluncuran produk yang lebih inovatif ke pasar. Produk baru yang dihasilkan melalui inovasi yang baik dari UMKM akan memiliki keunggulan lebih dari produk sebelumnya yang akan dapat memenuhi harapan dari konsumen.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Taneo dan Yufra (2019) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan kecepatan inovasi terhadap *creative destruction.* Produk yang lebih baru dari UMKM berasal dari hasil inovasi yang dilakukan guna memperoleh produk yang lebih berkualitas dan proses produksinya dilakukan secara efisien.

4.3.3 Pengaruh *Creative Destruction* terhadap Daya Saing UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *creative destruction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM di Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai *coefficient original sample* (O) sebesar 0,669 dan nilai p – value sebesar 0,000 < 0.05. Hal ini berarti bahwa kemampuan UMKM dalam menciptakan produk baru dengan proses dan hasil yang lebih baik dari sebelumnya, maka akan meningkatkan daya saing yang dimiliki UMKM secara signifikan.

Menurut Mckeown, (2008) menyebutkan bahwa *creative Destruction* memiliki tujuan untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi sebagai dasar daya saing. *Creative destruction* dilakukan pelaku usaha didasari atas kompetensi yang dimiliki dan berdasarkan kebutuhan pasar. Adanya kemampuan yang baik dari UMKM dalam menciptakan produk baru yang lebih baik guna mengganti produk yang lama mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Hal ini dikarenakan apabila *creative destruction* mengalami kelambatan dalam proses nya maka akan mengakibatkan rendahnya juga daya saing (Kushadiani, 2006). Dengan demikian UMKM akan dinilai oleh pasar tidak memiliki produk yang lebih baik dan mengalami kekalahan dalam persaingan pada pasar.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Taneo dan Yufra (2019) yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara *creative destruction* dengan daya saing. *Creative destruction* mampu menciptakan daya saing UMKM dengan semakin baik, hal ini akan memberikan dampak bagi UMKM untuk tetap bertahan dalam rangka memenangkan persaingan pada pasar.

4.3.4 Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing UMKM melalui mediasi *Creative Destruction*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecepatan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing dengan dimediasi creative destruction pada UMKM di Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai *coefficient original sample* (O) sebesar 0,418 dan nilai p – value sebesar 0,000 < 0.05. Hal ini berarti bahwa semakin baik kecepatan inovasi yang didukung oleh *creative destruction* dapat menciptakan dan mempertahankan daya saing UKM yang semakin baik.

Menurut Bergek *et al*., (2013) menyampaikan bahwa inovasi akan meningkatkan kemampuan dan kompetensi teknologi yang dimiliki. Melalui inovasi proses yang dilakukan UMKM akan menghasilkan produk yang lebih baik untuk di pasarkan. UMKM dituntut untuk memiliki kemampuan berinovasi dengan cepat guna memenuhi kebutuhan konsumen yang berubah-ubah sesuai tren yang sedang terjadi. Kecepatan inovasi memiliki dampak langsung terhadap *creative destruction* dengan terciptanya produk-produk berkualitas lebih baik dan metode produksi yang lebih efisien guna mengganti produk yang lama. Dengan demikian daya saing UMKM akan semakin baik dalam menghadapi persaingan pasar yang sangat ketat, terlebih lagi dalam memenuhi permintaan konsumen yang senantiasa mengalami perubahan.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Taneo & Yufra (2019) yang menunjukkan hasil bahwa *creative destruction* berpengaruh positif sebagai mediasi antara kecepatan inovasi dan daya saing UMKM. Kecepatan inovasi yang semakin baik akan mendorong kemampuan *creative destruction* yang dimiliki UMKM, hal ini berdampak terhadap daya saing yang dimiliki UMKM guna bertahan pada dunia bisnis dan memenangkan persaingan.

BAB V
SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Kecepatan Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing pada UMKM di Yogyakarta
2. Kecepatan Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Creative Destruction* pada UMKM di Yogyakarta
3. *Creative Destruction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing pada UMKM di Yogyakarta
4. *Creative Destruction* memediasi pengaruh antara Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing pada UMKM di Yogyakarta

5.2 Implikasi Manajerial

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

memediasi akan memberikan pengaruh lebih besar pada hubungan antara kecepatan inovasi terhadap daya saing.

5.3 Keterbatasan Penelitian

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

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

5.4 Saran

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak terkait, antara lain:

1. Bagi UMKM

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pada Manajer/Pengelola Usaha, Pemilik Usaha dan Staff Operasional tentang dampak kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKM dengan dimediasi creative destruction. UMKM di Yogyakarta juga diharapkan dapat memanfaatkan hasil penelitian ini guna melakukan riset yang nantinya dapat menghasilkan inovasi-inovasi produk dan layanan yang kreatif dalam mendukung kinerja UMKM pada persaingan pasar yang luas.
2. Bagi peneliti selanjutnya

   Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa diharapkan dapat meneliti pada ruang lingkup berbeda dan jumlah sampel yang lebih besar. Pengambilan data diharapkan dapat secara langsung pada responden, dengan demikian persebaran data dapat lebih menyebar pada bidang usaha UMKM yang beragam dan menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

5.4 Keterbatasan Penelitian

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

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

DAFTAR PUSTAKA

Ada, E., Kazancoglu, Y. And Sagnak, M., 2013. Improving Competitiveness of Small- and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in Agriproduct Export Business Through ANP:The Turkey Case. *Agribusiness, 29*(4), pp.524-537

Agus, A. A., Isa, M., Farid, M.F. and Permono, S.P., 2015. An assessment of SME competitiveness in Indonesia. *Journal of Competitiveness, 7*(2).

Allocca, M.A. and Kessler, E.H. 2006, "Innovation speed in small and medium-sized enterprises", *Creativity and Innovation Management, 15*(3), pp.279-295

Ambastha, A. and Momaya, K. 2012, "Competitiveness of firms: review of theory, frameworks, and models", Singapore Management Review, Vol. 26 No. 1, pp. 45-61

Baregheh, A., Rowley, J., Sambrook, S. and Davies, D., 2012. Food sector SMEs and innovation types. British Food Journal.

Barney, J. B., 2002. Gaining and Sustaining Competitive Advantage. New Jersey: Upper Saddle River.

Bergek, A., Berggren, C., Magnuhsson, T. and Hobday, M., 2013, Technological discontinuities and the challenge for incumbant firms: destruction, disruption or creative accumulation?, *Research Policy, 42*(6-7), pp.1210-1224.

Black, J.S., Porter, L.W. and Hitt, M.A., 2000. Management: Meeting new challenges.

Bosma, N., Stam, E., & Schutjens, V., 2011. Creative destruction and regional productivity gowth: evidence from the Dutch manufacturing and services industries. *Small Business Economics, 36*(4), pp. 401-418.

Boyd, J.L. and Bresser, R.K., 2008. Performance implications of delayed competitive responses: Evidence from the US retail industry. Strategic Management Journal, 29(10), pp. 1077-1096.

BPS (Badan Pusat Statistik/Central Bureau of Statistics) 2013. Perkembangan Ekspor dan Impor Industri Pengolahan, Badan Pusat Statistik, Jakarta.

Budi Hanoto, (2020). “Penggerak Ekonomi di DIY 76% dari sektor UMKM” https://mediaindonesia.com/nusantara/331683/penggerak-ekonomi-di-diy-76-dari-sektor-umkm

Carbonell, Pilar. and Escudero, A.I.R., 2010 The effect of market orientation on innovation speed and new product performance. *Journal of Business & Industrial Marketing.*

Chen, J., Reilly, R.R. and Lynn, G.S., 2005. “The impacts of speed-to-market on new product success: the moderating effects of uncertainty”. *IEEE Transactions on engineering management, 52*(2), pp. 199-212

Chen, Y.S., Lai, S.B and Wen. C.T.,2006. The influence of green innovation performance on corporate advantage in Taiwan. *Journal of business ethics, 67*(4), PP.331-339.

Moon, H.C., 2002. *From Adam Smith to Michael Porter: evolution of competitiveness theory* (Vol. 2). World Scientific.

Christensen, C. (2003), The Innovator’s Dilemma, Harper Collins Business, Boston\

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

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

Desai, S., Acs, Z. and Weitzel, U., 2010. *A model of destructive entrepreneurship* (No. 2010/34). WIDER Working Paper.

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

Asri, D.P.B., 2018. Pengembangan Industri Kreatif UMKM Asal Yogyakarta Melalui Pendaftaran" Jogja Co Branding". *Kosmik Hukum*, *18*(2).

ERIA SME Research Working Group, 2014. “ASEAN SME Policy Index 2014”, Economic Research Institute for ASEAN and East Asia (ERIA) in cooperation with OECD.

Freel, M., 2006. Patterns of technological innovation in knowledge-intensive business services. *Industry and Innovation*, *13*(3), pp.335-358.

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

Ghozali, I., & Latan, H. 2015. *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2nd ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gilbert, B.A., 2012. Creative destruction: Identifying its geographic origins. *Research Policy*, *41*(4), pp.734-742.

Goktan, A.B. and and Miles, G., 2011. Innovation speed and radicalness: are they inversely relate?. Management Decision

Hair Jr, J.F., Sarstedt, M., Ringle, C.M. and Gudergan, S.P., 2017. *Advanced issues in partial least squares structural equation modeling*. saGe publications.

Huang, X., Soutar, G.N. and Brown, A., 2002. New product development processes in small and medium-sized enterprises: some Australian evidence. *Journal of Small Business Management*, *40*(1), pp.27-42.

Hurley, Robert. F and Hult, G, Tomas. M, 1998, ”Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination”, Journal of Marketing.

Kementrian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah. 2018. “Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia”, https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/20/berapa-sumbangan-umkm-terhadap-perekonomian-indonesia,

Kessler, E.H. and Bierly, P.E., 2002. Is faster really better? An empirical test of the implications of innovation speed. *IEEE Transactions on engineering management*, *49*(1), pp.2-12.

Kessler, E.H. and Chakrabarti, A.K., 1996. Innovation speed: A conceptual model of context, antecedents, and outcomes. *Academy of management review*, *21*(4), pp.1143-1191.

Kessler, E.H., Allocca, M.A. and Rahman, N., 2007. External knowledge accession and innovation speed in the small and medium sized enterprise (SME). *Small Enterprise Research*, *15*(1), pp.1-21.

Kivimaa, P. and Kern, F., 2016, "Creative destruction or mere niche support? Innovation policy mixes for sustainability transitions, *Research Policy*, 45 (1), pp. 205-217.

Kornai, J., 2010. Innovation and dynamism: Interaction between systems and technical progress 1. Economics of transition, 18(4), pp. 629-670.

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

Kushadiani, S.K., 2006. Sistem inovasi dan Daya Saing Industri: Tinjauan Konseptual dan Studi Kasus pada Industri Makanan. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, Jakarta.

Le, Phong Ba. and Hui Lei. 2018. The effects of innovation speed and quality on differentiation and low-cost competitive advantage: The case of Chinese firms. Chinese Management Studies ,

Lynn, G.S., Reilly, R.R. and Akgu ̈n, A.E., 2000, Knowledge management in new product teams: practices and outcomes. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 47 (2), pp. 221-31.

Martin-de Castro, G., Delgado-Verde, M., Navas-Lopez, J.E. and Cruz-González, J. 2013. The moderating role of innovation culture in the relationship between knowledge assets and product innovation, *Technological Forecasting and Social Change*, *80*(2), pp. 351-363.

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

MCKEE, K. and Sessionsrobinson, C., 1989. Manufacturing productivity and competitiveness. *Journal of manufacturing*, *1*(1), pp.35-39.

McKeown, M., 2008. The truth about innovation. Pearson Education India.

Molina-Morales, F.X., García-Villaverde, P.M. and Parra-Requena, G., 2014. Geographical and cognitive proximity effects on innovation performance in SMEs: a way through knowledge acquisition. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *10*(2), pp.231-251.

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

Perry, A., 1996. The rise and fall of strategic planning: reconceiving roles for planning, plans, planners. *The Journal of Product Innovation Management*, *3*(13), pp.275-278.

Porter ME. 1990. The Competitive Advantage of Nations. New York (US)

Porter, M.E., 2011. *Competitive advantage of nations: creating and sustaining superior performance*. simon and schuster.

Putri, A.I., 2020. *PENGARUH KECEPATAN INOVASI TERHADAP DAYA SAING DENGAN CREATIVE DESTRUCTION SEBAGAI MEDIATOR PADA UMKM PENGOLAHAN PANGAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA* (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).

Rostek, K., 2012. The reference model of competitiveness factors for SME medical sector. *Economic Modelling*, *29*(5), pp.2039-2048.

Sarstedt, M., Ringle, C.M. and Hair, J.F., 2021. Partial least squares structural equation modeling. In *Handbook of market research* (pp. 587-632). Cham: Springer International Publishing.

Schumpeter, J.A., 2013. *Capitalism, socialism and democracy*. routledge.

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

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

Smith, A.D., 2011. Competitive approaches to new product development: A comparison of successful organizations in an unstable economic environment. *Team Performance Management: An International Journal*, *17*(3/4), pp.124-145.

Smith, P.G. and Reinertsen, D.G., 1998. *Developing products in half the time: new rules, new tools*. New York: Van Nostrand Reinhold.

Taneo, S.Y.M., Hadiwidjojo, D., Sunaryo, S. And Sudjatno, S., 2019. Creative destruction and knowledge creation as the mediation between innovation speed and competitivenes of small and medium-sized enterprises in Malang, Indonesia. *Competitiveness Review: An International Business Journal.*

Tidd, J., & Bessant, J. R., 2009. *Managing innovation: integrating technological, market and organizational change.* 4th ed. Chichester, England ; Hoboken, NJ: Wiley.

Joe, T., Bessant, J. and Pavitt, K.E.I.T.H., 2005. *Managing innovation: integrating technological, market and organizational change*. John Wiley & Sons.

Tushman, M.L. and Anderson, P., 2018. Technological discontinuities and organizational environments. In *Organizational Innovation* (pp. 345-372). Routledge.

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Walton, N. and Oestreicher, K., 2012. Google and Apple's Gale of Creative Destruction. *China-USA Buisness Review*, *11*(11), pp.1478-1491.

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

World Economic Forum. 2018. Global Competitiveness Report. Geneva: World Economic Forum

Yuliana, R. and Sasono, E., 2016. Manajemen Inovasi Pada Usaha Kecil Menengah. Jurnal STIE Semarang, 6(3), pp. 131552.

YuSheng, K. and Ibrahim, M., 2020. Innovation capabilities, innovation types, and firm performance: evidence from the banking sector of Ghana. *Sage Open*, *10*(2), p.2158244020920892.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN

Bagian 1. Pembukaan

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Ongky Novian Fernanda Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, Daerah Istimewa Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul Kecepatan Inovasi dan Daya Saing UMKM

untuk tugas akhir skripsi. Kuesioner ini di tujukan untuk responden yang sedang menjalankan bisnis UMKM. Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon kesediaan saudara/i untuk berkenan mengisi kuesioner tersebut. Data yang diisikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk penelitian ini.

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

Wassalamualaikum Wr. Wb

Hormat saya,

Ongky Novian Fernanda

(Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017)

Bagian 2. Data Profil Responden

1) Nama Usaha (Boleh Menggunakan Inisial)
2) Jumlah Karyawan
    - <10 Orang
    - 10 – 30 Orang
    - >30 Orang
3) Berapa lama usaha yang Anda kelola
    - 6 – 12 Bulan
    - > 1-2 Tahun
    - > 2-3 Tahun
    - > 3-5 Tahun
    - > 5 Tahun

4) Omzet (Pendapatan dalam 1 tahun)

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

5) Jabatan Responden

- Pemilik Usaha
- Manajer/Pengelola Usaha
- Staff Operasional
- Lain – lain

6) Jenis Usaha

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

Bagian 3. Kecepatan Inovasi

No.	Items	STS	TS	N	S	SS
1.1	Usaha yang saya kelola mewujudkan ide inovasi lebih cepat dari yang direncanakan					
1.2	Usaha yang saya kelola mampu meluncurkan					

	produk baru sesuai dengan yang direncana					
1.3	Selama beberapa bulan terakhir, usaha yang saya kelola mampu berinovasi lebih cepat dibandingkan sebelumnya.					

Bagian 4. *Creative destruction*

Peningkatan Kompetensi

No	Items	STS	TS	N	S	SS
2.1.1	Usaha yang saya kelola memiliki biaya produksi yang semakin efisien					
2.1.2	Usaha yang saya kelola mampu menghasilkan produk dengan kualitas yang semakin baik					
2.1.3	Para pegawai di usaha yang saya kelola, semakin terampil dalam bekerja					

Inovasi Yang Berkelanjutan

No	Items	STS	TS	N	S	SS
2.2.1	Usaha yang saya kelola mampu memperbaiki pengemasan					
2.2.2	Usaha yang saya kelola mampu memberikan layanan yang terbaik kepada pelanggan					
2.2.3	Usaha yang saya kelola mampu menjaga dan mengembangkan jaringan pasar (pemasok pelanggan, agen, distributor, dll.)					

Bagian 5. Daya Saing

Kemampuan Menghasilkan Keuntungan

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

Produktivitas

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

LAMPIRAN 2. DAFTAR DATA PROFIL RESPONDEN

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

10	Hopa coffee	5 orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
11	Camel	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
12	Smurf Burger	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
13	K.C	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
14	Reva Catering	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
15	L.C	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
16	Sumber Sari	10 - 30 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kerajinan
17	46 kopi	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
18	J.K	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
19	TKC	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
20	Bolivar.Id	10 - 30 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Manajer/Pengelola Usaha	Kuliner
21	Searah	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
22	WETS	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
23	TK	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
24	GB	< 10	> 2 - 3	< 300 Juta	Pemilik Usaha	Kuliner

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

		Orang	Tahun	Rupiah		
39	Jebok kopi	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
40	SAPD	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
41	ZAKWOOW	< 10 Orang	> 3 - 5 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Fashion
42	Lauhan	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Otomotif
43	Prime States	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Fashion
44	PPPANTS	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Fashion
45	Honestgoods	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Staf Operasional	Fashion
46	AGR	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
47	Angkringan Kulon Polsek	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
48	Sorsawo	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
49	Depot lazmi	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
50	Sate ayam pak doel	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
51	Warkop etan tugu	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
52	Kedai bu eni	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner

53	Dodo salad buah	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
54	AB	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
55	NPPN	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
56	Madam Tea	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Staf Operasional	Kuliner
57	Fishbay	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
58	Sate Tahu Borang	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
59	Sfc	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
60	Dikk kopi	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
61	NPMY	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
62	Cantik	< 10 Orang	> 5 Tahun	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
63	Oleole	< 10 Orang	> 5 Tahun	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
64	Sate ayam pak bani	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
65	Warung Anto	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
66	Empatsinar	< 10	6 - 12	< 300 Juta	Pemilik Usaha	Kuliner

		Orang	Bulan	Rupiah		
67	lvgroom	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Manajer/Pengelola Usaha	Studio Photo
68	Boemi Garuda	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Komoditas Pertanian
69	4 saudara	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
70	Nakula (Nasi Kulit dan lain-lain)	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
71	Ayam Geprek M	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
72	Warming Mitoha	< 10 Orang	> 2 - 3 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
73	Visbay Food	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
74	Hijab Malka	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Manajer/Pengelola Usaha	Fashion
75	Gamisamika	10 - 30 Orang	> 1 - 2 Tahun	300 Juta - 2,5 Milyar Rupiah	Pemilik Usaha	Fashion
76	Moriwase Ramen	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
77	Wpgt	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
78	In cafe	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
79	Bw	< 10	> 1 - 2	< 300 Juta	Pemilik Usaha	Kuliner

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

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

106	Warung Rizquna	< 10 Orang	> 1 - 2 Tahun	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
107	flawsome	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Fashion
108	Snack keripik opak	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
109	Bakso AA kenan	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Kuliner
110	sandhanginjon	< 10 Orang	6 - 12 Bulan	< 300 Juta Rupiah	Pemilik Usaha	Fashion

LAMPIRAN 3. DAFTAR DATA VARIABEL

- **Variabel Kecepatan Inovasi**

No	X1	X2	X3	Total X1
1	4	4	4	12
2	4	5	5	14
3	5	5	5	15
4	4	4	4	12
5	5	5	5	15
6	4	4	5	13
7	4	4	5	13
8	4	5	5	14
9	5	5	5	15
10	3	4	3	10
11	5	4	5	14
12	3	4	3	10
13	4	5	4	13

14	5	4	4	13
15	5	4	4	13
16	5	4	5	14
17	5	4	4	13
18	5	4	5	14
19	5	4	5	14
20	5	5	4	14
21	4	4	4	12
22	4	5	4	13
23	4	5	4	13
24	5	4	4	13
25	5	4	5	14
26	4	5	4	13
27	5	4	5	14
28	5	5	5	15
29	4	5	4	13
30	3	2	4	9
31	4	3	3	10
32	4	3	3	10
33	4	2	3	9
34	5	5	5	15
35	5	5	5	15
36	5	5	4	14
37	5	5	5	15
38	5	5	5	15
39	4	5	5	14
40	5	5	5	15

41	3	4	5	12
42	4	4	4	12
43	5	5	4	14
44	4	5	3	12
45	3	4	5	12
46	4	5	4	13
47	5	5	5	15
48	5	4	5	14
49	5	5	5	15
50	5	5	5	15
51	5	4	5	14
52	4	5	5	14
53	5	5	5	15
54	5	4	5	14
55	5	5	5	15
56	4	4	4	12
57	4	3	4	11
58	5	5	5	15
59	5	4	5	14
60	5	5	5	15
61	5	5	5	15
62	4	5	5	14
63	5	5	5	15
64	4	4	4	12
65	5	5	5	15
66	4	3	4	11
67	3	4	4	11

68	4	3	3	10
69	2	2	4	8
70	5	4	4	13
71	4	5	4	13
72	4	5	4	13
73	4	4	5	13
74	4	5	4	13
75	4	5	4	13
76	4	5	3	12
77	5	5	5	15
78	5	5	5	15
79	5	5	5	15
80	5	5	5	15
81	5	5	5	15
82	5	5	5	15
83	5	5	5	15
84	5	5	5	15
85	5	5	5	15
86	5	5	4	14
87	5	5	5	15
88	5	5	5	15
89	5	5	5	15
90	5	5	5	15
91	5	5	5	15
92	5	5	5	15
93	5	5	5	15
94	4	4	3	11

95	4	3	4	11
96	5	5	5	15
97	4	5	3	12
98	5	4	4	13
99	4	5	4	13
100	4	4	5	13
101	5	4	3	12
102	4	3	3	10
103	5	5	5	15
104	5	5	5	15
105	4	4	4	12
106	4	3	4	11
107	5	3	3	11
108	4	5	3	12
109	4	3	3	10
110	4	5	4	13

- **Variabel *Creative Destruction***

No	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Total Z
1	4	4	5	5	4	4	26
2	3	4	4	4	3	4	21
3	4	3	3	3	3	4	20
4	4	4	4	3	4	3	22
5	4	5	5	5	4	5	28
6	4	3	3	3	4	3	20
7	3	3	4	3	3	4	20
8	4	4	5	4	5	5	27
9	4	4	4	4	5	4	25

10	5	5	5	5	4	4	28
11	5	5	4	5	4	4	27
12	4	5	5	5	4	4	27
13	4	4	5	5	5	4	27
14	2	3	3	2	2	3	15
15	3	4	3	3	4	3	20
16	4	4	4	3	3	4	22
17	5	4	5	5	4	4	27
18	5	5	4	5	4	5	28
19	4	4	3	3	3	3	20
20	3	3	3	4	4	4	21
21	3	4	4	3	4	3	21
22	4	3	4	4	3	4	22
23	5	4	5	5	5	4	28
24	5	4	5	5	4	4	27
25	3	3	4	3	4	3	20
26	4	4	5	4	4	5	26
27	5	5	5	5	4	5	29
28	4	4	5	5	4	5	27
29	5	4	4	5	5	4	27
30	3	3	4	3	4	3	20
31	4	3	3	3	4	3	20
32	3	4	4	3	3	3	19
33	3	4	3	4	4	3	21
34	5	5	4	4	5	4	27
35	4	5	4	4	5	4	26
36	4	5	3	3	4	3	22
37	3	4	4	4	3	3	21
38	5	4	4	5	4	4	26
39	4	3	4	4	3	3	21
40	5	4	4	5	4	5	27

41	4	5	5	4	5	5	28
42	4	4	5	5	5	4	27
43	4	3	4	3	4	3	21
44	5	5	4	4	4	5	27
45	4	3	3	4	4	3	21
46	3	4	3	3	3	4	20
47	3	3	4	3	4	3	20
48	3	4	4	3	4	4	22
49	4	4	3	4	4	3	22
50	3	4	4	3	3	4	21
51	5	5	5	4	4	5	28
52	3	4	4	3	3	4	21
53	4	5	5	4	5	4	27
54	4	3	3	4	3	3	20
55	5	4	4	4	4	5	26
56	5	5	4	4	4	5	27
57	3	4	3	4	3	3	21
58	4	3	3	4	3	3	20
59	4	4	3	3	3	3	19
60	4	4	4	3	4	4	23
61	3	4	4	3	3	3	19
62	4	5	4	5	5	4	27
63	4	3	3	4	4	3	21
64	4	5	4	4	5	4	26
65	4	4	3	3	3	4	21
66	5	4	4	5	5	3	21
67	3	3	3	3	4	4	20
68	3	3	4	4	4	3	21
69	4	5	4	5	5	4	27
70	5	4	4	4	5	5	27
71	3	3	3	3	4	4	20

72	5	5	5	5	5	4	29
73	5	5	5	5	5	5	30
74	4	5	5	4	4	5	27
75	3	3	3	4	4	3	20
76	5	4	4	4	5	5	27
77	4	3	3	3	4	3	20
78	3	4	4	3	3	4	21
79	4	3	3	4	4	3	21
80	3	4	4	3	4	3	21
81	5	4	4	5	4	4	26
82	5	4	5	4	5	5	28
83	5	4	5	5	4	5	28
84	5	4	5	4	4	4	26
85	5	4	4	5	5	4	27
86	5	5	5	5	5	5	30
87	5	5	5	5	5	5	30
88	5	5	5	5	5	5	30
89	5	4	5	4	4	5	27
90	5	4	5	4	4	4	26
91	4	4	5	4	4	4	25
92	4	5	4	4	5	5	27
93	5	5	4	4	5	4	27
94	5	4	4	5	5	4	27
95	5	5	4	4	5	4	27
96	5	5	5	5	5	5	30
97	5	4	4	4	5	4	26
98	4	5	4	4	5	5	27
99	4	4	5	4	4	5	26
100	4	5	4	5	4	5	27
101	4	5	4	3	5	4	25
102	4	5	4	5	5	4	27

103	3	5	5	5	5	5	28
104	4	5	5	5	5	5	29
105	5	5	5	5	5	5	30
106	4	4	5	5	5	4	27
107	4	3	4	3	4	3	21
108	4	5	4	4	5	4	26
109	5	4	4	4	5	4	26
110	4	5	4	4	5	4	26

- **Variabel Daya Saing**

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

17	5	4	4	4	5	4	26
18	5	4	4	4	5	4	26
19	4	3	3	4	4	4	22
20	3	4	4	4	3	3	21
21	4	4	4	3	4	4	23
22	3	4	4	3	4	3	21
23	5	4	4	4	5	4	26
24	5	5	4	5	4	4	27
25	3	3	4	4	4	4	22
26	5	4	4	5	4	4	26
27	5	5	5	4	4	5	28
28	4	3	3	3	4	3	20
29	5	5	4	5	4	5	28
30	4	3	3	3	4	3	20
31	4	3	3	3	4	3	20
32	3	4	4	4	3	3	21
33	3	3	3	3	4	3	19
34	4	5	4	4	4	5	26
35	4	5	4	4	5	4	26
36	4	3	3	3	3	3	19
37	3	3	3	3	3	3	18
38	5	4	5	4	4	4	26
39	3	3	3	3	4	4	20
40	4	4	4	5	5	4	26
41	5	5	4	5	5	5	29
42	5	4	5	5	4	4	27
43	4	4	3	3	3	4	21

44	4	4	4	4	5	5	26
45	3	3	4	4	3	4	21
46	3	3	4	4	4	3	21
47	4	5	5	5	5	5	29
48	4	4	3	3	4	4	22
49	3	2	2	3	3	2	15
50	3	3	4	3	3	3	19
51	3	3	4	4	3	4	21
52	3	4	3	3	4	3	20
53	3	4	4	3	4	3	21
54	5	4	5	5	4	5	28
55	4	5	5	4	4	4	26
56	5	5	5	4	4	5	28
57	3	3	3	3	4	3	19
58	3	3	4	3	3	3	19
59	4	4	3	3	4	3	21
60	4	5	5	5	4	4	27
61	4	5	4	5	5	4	27
62	5	5	4	5	5	4	28
63	3	3	4	4	3	4	21
64	4	5	5	5	5	4	28
65	3	3	4	4	4	4	18
66	4	4	5	4	4	5	26
67	3	4	3	4	3	4	21
68	3	3	3	3	4	3	19
69	4	5	4	5	4	5	27
70	5	4	5	4	5	5	28

71	3	3	4	3	3	4	20
72	4	4	5	5	4	5	27
73	4	4	4	5	4	5	26
74	5	5	4	5	5	5	29
75	4	3	4	3	4	3	21
76	4	4	5	5	4	4	26
77	3	3	4	3	4	3	20
78	3	3	4	4	3	3	20
79	4	4	3	4	3	4	22
80	3	4	4	3	3	3	20
81	5	4	5	5	5	5	29
82	5	5	5	5	5	5	30
83	4	3	3	4	4	3	21
84	5	5	5	5	5	5	30
85	5	5	4	4	5	5	28
86	5	5	4	5	4	4	27
87	5	5	5	5	5	5	30
88	5	5	5	5	5	5	30
89	5	5	5	5	5	5	30
90	5	5	5	5	5	5	30
91	5	5	5	5	5	5	30
92	5	5	5	5	5	5	30
93	5	5	5	5	5	5	30
94	4	5	5	4	4	5	27
95	5	4	5	4	4	5	27
96	5	5	5	5	5	5	30
97	4	5	4	4	5	4	26

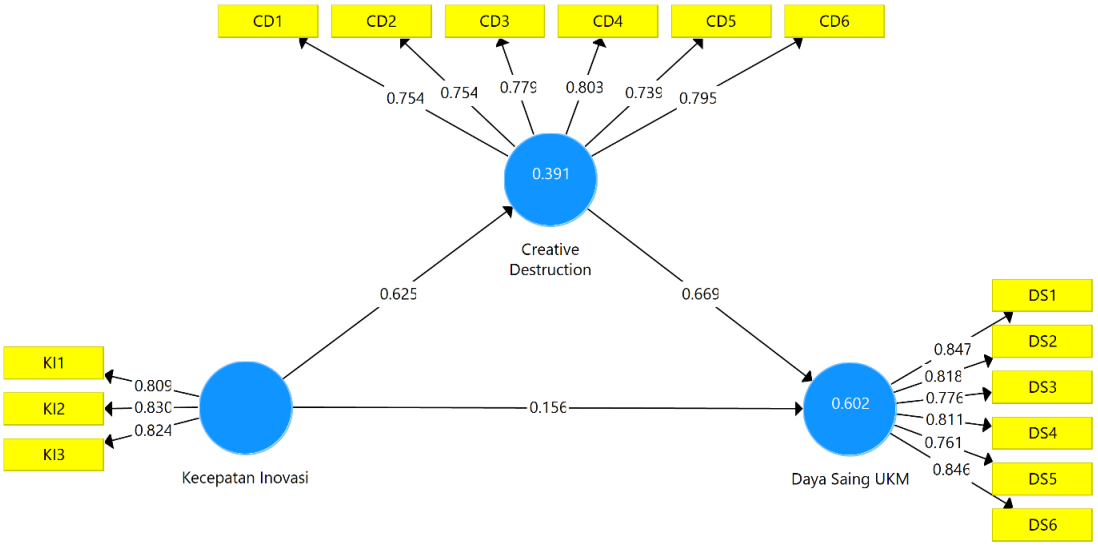
98	4	3	5	5	5	4	26
99	5	4	5	4	5	4	27
100	5	4	5	4	5	5	29
101	5	4	5	3	3	4	25
102	5	4	4	4	4	5	26
103	5	5	5	5	5	4	29
104	5	5	5	4	4	5	28
105	5	5	5	4	5	4	28
106	4	5	4	4	4	4	25
107	4	4	4	3	3	4	22
108	5	5	4	5	4	4	27
109	5	5	5	4	4	4	27
110	5	4	5	3	4	4	25

LAMPIRAN 4. UJI *OUTER MODEL* DI SMARTPLS 3.0

- *Convergent Validity*

Variabel	Indikator	Nilai Loading	Keterangan
Kecepatan Inovasi	KI1	0.809	Valid
	KI2	0.830	Valid
	KI3	0.824	Valid
Creative Destruction	CD1	0.754	Valid
	CD2	0.754	Valid
	CD3	0.779	Valid
	CD4	0.803	Valid
	CD5	0.739	Valid
	CD6	0.795	Valid
Daya Saing UMKM	DS1	0.847	Valid
	DS2	0.818	Valid
	DS3	0.776	Valid
	DS4	0.811	Valid

	DS5	0.761	Valid
	DS6	0.846	Valid



- *Discriminant Validity*

Discriminant Validity

Fornell-Larcker Criterion

	Creative Destruction	Daya Saing UKM	Kecepatan Inovasi
Creative Destruction	0,771		
Daya Saing UKM	0,766	0,810	
Kecepatan Inovasi	0,625	0,574	0,821

Cross Loadings

	Creative Destruction	Daya Saing UKM	Kecepatan Inovasi
CD1	0,754	0,617	0,473
CD2	0,754	0,544	0,433
CD3	0,779	0,602	0,498
CD4	0,803	0,578	0,446
CD5	0,739	0,610	0,477
CD6	0,795	0,587	0,554
DS1	0,705	0,847	0,496
DS2	0,622	0,818	0,453
DS3	0,574	0,776	0,452
DS4	0,582	0,811	0,442
DS5	0,599	0,761	0,486
DS6	0,630	0,846	0,461
KI1	0,542	0,427	0,809
KI2	0,492	0,514	0,830
KI3	0,507	0,471	0,824

- *Indicator reliability* dan *Internal Consistency reliability*

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Creative Destruction	0,863	0,864	0,898	0,595
Daya Saing UKM	0,895	0,898	0,920	0,657
Kecepatan Inovasi	0,758	0,758	0,861	0,674

LAMPIRAN 5. UJI *INNER MODEL* DI SMARTPLS 3.0

- *Path Coefficents*

Path Coefficients

	Creative Destruction	Daya Saing UKM	Kecepatan Inovasi
Creative Destruction		0,669	
Daya Saing UKM			
Kecepatan Inovasi	0,625	0,156	

- *Coefficient of Determination (R-Squares)*

R Square

	R Square	R Square Adjusted
Creative Destruction	0,391	0,385
Daya Saing UKM	0,602	0,594

- Uji Hipotesis *(Bootstrapping)*

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
Creative Destruction -> Daya Saing UKM	0,669	0,667	0,077	8,728	0,000
Kecepatan Inovasi -> Creative Destruction	0,625	0,632	0,065	9,562	0,000
Kecepatan Inovasi -> Daya Saing UKM	0,156	0,156	0,076	2,057	0,040

- *Predictive Relevance (Q-Square)*

Construct Crossvalidated Redundancy

Total

	SSO	SSE	Q^2 (=1-SSE/SSO)
Creative Destruction	660,000	512,338	0,224
Daya Saing UKM	660,000	406,883	0,384
Kecepatan Inovasi	330,000	330,000	

- Model Fit *(NFI)*

Model_Fit

Fit Summary

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,064	0,064
d_ULS	0,490	0,490
d_G	0,234	0,234
Chi-Square	147,723	147,723
NFI	0,841	0,841