

Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Kapabilitas Inovasi:

Investigasi Peran Keunggulan Kompetitif



Disusun Oleh:

Nama : Emir Ziedan

Nomor Mahasiswa : 21311226

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Manajemen Operasi

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

2025

Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Kapabilitas Inovasi:

Investigasi Peran Keunggulan Kompetitif

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar

Sarjana Strata-1 di Jurusan Manajemen,

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia



Oleh :

Nama : Emir Ziedan
Nomor Mahasiswa : 21311226
Program Studi : Manajemen Program Sarjana
Bidang Peminatan : Manajemen Operasi

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

2025

Pernyataan Bebas Plagiarisme

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

Penulis

Emir Ziedan



Yogyakarta, 5 Maret 2025

Halaman Pengesahan

Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Kapabilitas Inovasi:

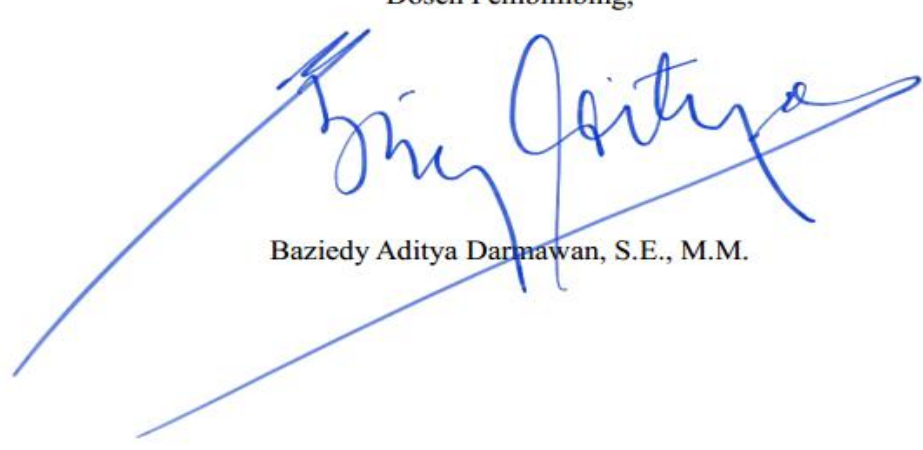
Investigasi Peran Keunggulan Kompetitif

Nama : Emir Ziedan
Nomor Mahasiswa : 21311226
Program Studi : Manajemen Program Sarjana
Bidang Peminatan : Manajemen Operasi

Yogyakarta, 5 Maret 2025

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



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

BERITA ACARA TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL MENINGKATKAN KINERJA UMKM MELALUI KAPABILITAS INOVASI: INVESTIGASI PERAN KEUNGGULAN KOMPETITIF

Disusun Oleh : Emir Ziedan
Nomor Mahasiswa : 21311226

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
Pada hari , tanggal : 16 April 2025

Penguji/Pembimbing TA : Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M.
Penguji : Nursya'bani Purnama, S.E., M.Si.

Mengetahui,
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



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

MOTTO

Challenge your limits

إِنْ تَغَرَّبَ هَذَا عَزَّ مَطْلِبُهُ
وَإِنْ تَغَرَّبَ ذَاكَ عَزَّ كَالذَّهَبِ

Andai saja gaharu tersebut keluar dari belantara hutan, ia adalah parfum yang bernilai tinggi. Dan andaikata bijih itu keluar dari tempatnya, ia akan menjadi emas yang sangat berharga.

(Imam Syafi'i)

Abstrak

Meski menjadi kontributor penting dalam ekonomi nasional, UMKM tidak terlepas dari tantangan yang menghambat dalam mempertahankan kinerja. Penelitian ini berupaya untuk menguji peran kapabilitas inovasi dalam meningkatkan kinerja UMKM. Selain itu, penelitian ini juga mencoba untuk menginvestigasi peran keunggulan kompetitif dalam dampak kapabilitas inovasi terhadap kinerja UMKM. Melalui pendekatan kuantitatif dengan metode survei, penelitian ini melibatkan 82 UMKM yang berasal dari Yogyakarta dan Sleman. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan pendekatan *Partial Least Square-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Hasil penelitian ini menemukan bahwa kapabilitas inovasi dan keunggulan kompetitif merupakan faktor penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Selain itu, keunggulan kompetitif juga memiliki peran dalam memediasi dalam dampak kapabilitas inovasi terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian ini memberikan petunjuk penting bagi para pelaku UMKM dalam upaya meningkatkan kinerja melalui praktik kapabilitas inovasi dan keunggulan kompetitif.

Kata kunci: usaha mikro, kecil, dan menengah; UMKM; kapabilitas inovasi; keunggulan kompetitif; kinerja UMKM.

Abstract

Despite being a crucial contributor to the national economy, micro, small, and medium enterprises (MSMEs) face persistent challenges that hinder their performance. This study aims to examine the role of innovation capability in enhancing MSME performance. Additionally, it investigates the mediating effect of competitive advantage on the relationship between innovation capability and MSME performance. Employing a quantitative approach through a survey method, this study collected data from 82 MSMEs located in Yogyakarta and Sleman. The data were then analyzed using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The findings reveal that both innovation capability and competitive advantage play significant roles in improving MSME performance. Moreover, competitive advantage serves as a mediator in the relationship between innovation capability and MSME performance. These findings offer valuable insights for MSME practitioners, emphasizing the importance of leveraging innovation capability and competitive advantage to enhance business performance.

Keywords: *micro, small, and medium enterprises; MSMEs; innovation capability; competitive advantage; MSME performance.*

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirtan Allah *subhanahu wa taala*, atas segala rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul **“Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Kapabilitas Inovasi: Investigasi Peran Keunggulan Kompetitif”**. Penyusunan skripsi disusun sebagai syarat guna memenuhi gelas Strata-1 (S1) pada jurusan Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari penyusunan Skripsi ini masih terdapat kekurangan, namun berkat dukungan dari berbagai pihak, Skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Dengan penuh rasa syukur, penulis ingin menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi sekaligus mentor inspiratif yang telah memberikan arahan, bimbingan, motivasi, dan dukungan sepanjang proses penyelesaian skripsi ini.
2. Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
3. Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

4. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen serta Dosen Manajemen Bidang Operasi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu, bantuan, serta motivasi dan dukungan selama perkuliahan.
5. Kedua orang tua yang saya cintai, Bapak Mochammad Jamil dan Ibu Sri Rusiwi yang telah mendidik, selalu memberikan doa, motivasi, kasih sayang, serta dukungan baik secara moral serta material demi kelancaran kuliah hingga penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh keluarga besar yang saya cintai, khususnya kepada kelima kakak saya yang selalu memberikan dukungan dan bantuan dalam segala hal.
7. Teman seperjuangan dan sahabat yang saya cintai yang telah memberikan doa, dukungan, kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Intan Tiara Himaliya selaku partner yang selalu menemani dan memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini, dan selalu mendorong saya agar menyelesaikan Skripsi.
9. Semua pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam atas segala kebaikan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Semoga Allah *Subhanahu wa taala* senantiasa memberikan kesehatan, perlindungan, serta membalas segala kebaikan yang telah diberikan. Skripsi ini disusun dengan harapan dapat bermanfaat bagi penulis sendiri serta bagi rekan-rekan yang membacanya.

Yogyakarta, 04 Maret 2024

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan	iv
BERITA ACARA TUGAS AKHIR.....	v
MOTTO.....	vi
Abstrak	vii
Abstract	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	5
2.1. Landasan Teori	5
2.1.1 Kinerja Bisnis	5
2.1.2 Kapabilitas Inovasi	5
2.1.3 Keunggulan Kompetitif.....	6
2.2 Penelitian Terdahulu dan Formulasi Hipotesis	7
2.2.1 Kapabilitas Inovasi dan Kinerja UMKM	7
2.2.2 Kapabilitas Inovasi dan Keunggulan Kompetitif.....	8
2.2.3 Keunggulan Kompetitif dan Kinerja UMKM	9
2.2.4 Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Kompetitif, dan Kinerja UMKM ..	9

2.3. Kerangka Penelitian	11
BAB III METODE PENELITIAN.....	12
3.1 Pendekatan Penelitian.....	12
3.2 Lokasi Penelitian	12
3.3 Populasi dan Sampel	13
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	14
3.4.1 Kinerja UMKM	14
3.4.2 Kapabilitas Inovasi	15
3.4.3 Keunggulan Kompetitif	15
3.5 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	16
3.6 Teknik Analisis Data.....	17
3.6.1 Analisis Deskriptif	17
3.6.2 Analisis Inferensial	18
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Analisis Deskriptif.....	24
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jabatan	24
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Umur Usaha	25
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Industri UMKM	26
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Omzet.....	27
4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	28
4.2 Analisis Deskriptif Variabel	29
4.2.1 Kinerja UMKM	29
4.2.2 Kapabilitas Inovasi	29
4.2.3 Keunggulan Kompetitif	30
4.3 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	31
4.3.1 Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>)	31
4.3.2 Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>)	33
4.3.3 Reliabilitas Alat Ukur	33
4.4 Evaluate Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	34
4.4.1 Uji Kolinearitas.....	34
4.4.2 Uji Koefisien Determinan (<i>R-square</i>).....	35
4.4.3 Uji Hipotesis	35

4.5 Pembahasan	38
4.5.1 Kapabilitas Inovasi dan Kinerja UMKM.....	38
4.5.2 Kapabilitas Inovasi dan Keunggulan Kompetitif	38
4.5.3 Keunggulan Kompetitif dan Kinerja UMKM.....	39
4.5.4 Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Kompetitif, dan Kinerja UMKM	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	41
5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Saran dan Implikasi Manajerial.....	41
5.3 Keterbatasan Penelitian	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Variabel Kinerja UMKM.....	14
Tabel 3. 2 Variabel Kapabilitas Inovasi.....	15
Tabel 3. 3 Variabel Keunggulan Kompetitif.....	16
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jabatan	25
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Umur Usaha.....	25
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Usaha	26
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Omzet	28
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	28
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden pada Variabel Kinerja UMKM	29
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden pada Variabel Kapabilitas Inovasi	30
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden pada Variabel Keunggulan Kompetitif.....	31
Tabel 4. 9 Outer Loadings	32
Tabel 4. 10 Average Variance Extracted (AVE)	33
Tabel 4. 11 Fornell-Larcker Criterion	33
Tabel 4. 12 Composite Reliability	34
Tabel 4. 13 Collinearity VIF	35
Tabel 4. 14 R-square	35
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian	47
Lampiran 2. Daftar Profil Responden	53
Lampiran 3. Daftar Data Variabel	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4. Uji Model Pengukuran (Outer Model) di SmartPLS 3.....	69
Lampiran 5. Uji Model Struktural (Inner Model) di SmartPLS 3.....	71

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia sebagai penyedia lapangan kerja, pemberdayaan masyarakat, pencipta pasar baru, dan berkontribusi terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) dan neraca pembayaran (Sofyan, 2017). Menurut Menteri Keuangan Republik Indonesia, UMKM di Indonesia berkontribusi terhadap PDB mencapai 62%, kontribusi tersebut jauh lebih tinggi dibandingkan UMKM di negara ASEAN dan beberapa negara G20 (Robertus, 2024)

Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap tenaga kerja kurang lebih 117 juta pekerja atau 97% dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi (Junaidi, 2023). Hal ini menjadikan UMKM memiliki peran yang sangat signifikan bagi kelangsungan dan pertumbuhan perekonomian nasional.

Meskipun berkontribusi besar terhadap perekonomian nasional, namun UMKM kini justru dihadapkan pada tantangan dalam mempertahankan kinerjanya. Hasil survei data indeks BRI sebagaimana disampaikan oleh Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia mengungkapkan bahwa UMKM mengalami penurunan omzet yang berdampak pada penurunan indeks bisnis UMKM (Hamidah et al., 2024; Perto, 2024). Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa UMKM di Indonesia sedang mengalami tantangan dalam mempertahankan kinerjanya.

Menurut penelitian terdahulu, kinerja bisnis dapat ditingkatkan oleh beberapa faktor, di antaranya kapabilitas inovasi dan keunggulan kompetitif (Bashir, 2023). Exposito & Sanchis-Llopis (2018) berpendapat bahwa, kapabilitas inovasi merupakan sumber bagi keunggulan kompetitif dan kinerja bisnis yang unggul. Penelitian terdahulu menemukan bahwa kapabilitas inovasi dan keunggulan kompetitif mampu meningkatkan kinerja dari Usaha Kecil dan Menengah (UKM) (Otache 2024). Lebih lanjut, berdasarkan teori kapabilitas dinamis, bisnis yang terus mengembangkan kapabilitas inti akan memperoleh keunggulan kompetitif, yang mengarah pada kinerja yang unggul (Otache & Usang, 2022).

Meskipun studi terdahulu telah membuktikan peran kapabilitas inovasi terhadap kinerja UKM (Saunila 2020; Shafi 2020; Kolbe et al., 2022; Matekenya & Moyo 2022; Otache 2024), namun penelitian tersebut dominan dilakukan di negara maju. Di sisi lain, penelitian yang mengeksplorasi peran kapabilitas inovasi dan keunggulan kompetitif dalam meningkatkan kinerja UMKM di negara-negara berkembang masih sangat terbatas, khususnya di kawasan Asia Tenggara.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis melakukan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis peran kapabilitas inovasi dalam meningkatkan kinerja UMKM di Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga berupaya untuk mengungkap peran mediasi keunggulan kompetitif dalam pengaruh kapabilitas inovasi terhadap kinerja UMKM di Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi manajerial yang penting bagi pelaku UMKM di Indonesia untuk meningkatkan kinerja mereka. Dengan demikian, penulis akan melakukan

penelitian dengan judul “Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Kapabilitas Inovasi: Investigasi Peran Keunggulan Kompetitif”.

1.2. Rumusan Masalah

UMKM merupakan sektor yang cukup penting dalam perekonomian nasional, di mana UMKM berkontribusi terhadap mayoritas PDB dan menyerap mayoritas tenaga kerja di Indonesia (Sofyan, 2017). Namun demikian, UMKM di Indonesia justru sedang menghadapi tantangan penurunan kinerja yang ditandai dengan penurunan omzet yang berdampak pada penurunan indeks bisnis UMKM (Hamidah et al., 2024; Perto, 2024). Untuk itu penelitian ini berupaya guna menginvestigasi faktor-faktor yang mampu meningkatkan kinerja UMKM. Hal ini berguna untuk memberikan kontribusi yaitu berupa implikasi manajerial yang dapat berguna untuk meningkatkan kinerja UMKM khususnya di Indonesia. Penelitian ini menguji peran kapabilitas inovasi terhadap peningkatan kinerja UMKM di Indonesia dan dimediasi oleh keunggulan kompetitif.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka pertanyaan penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Apakah kapabilitas inovasi dan keunggulan kompetitif berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM?
2. Apakah keunggulan kompetitif memediasi pengaruh kapabilitas inovasi terhadap kinerja UMKM?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh kapabilitas inovasi dan keunggulan kompetitif terhadap kinerja UMKM.
2. Untuk menginvestigasi peran mediasi keunggulan kompetitif pada pengaruh kapabilitas inovasi terhadap kinerja UMKM.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi penelitian yang akan dilakukan di masa yang akan datang, terkait kinerja UMKM, khususnya yang berkaitan dengan kapabilitas inovasi dan keunggulan kompetitif.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam menyediakan implikasi manajerial yang dapat digunakan sebagai acuan bagi para pelaku UMKM khususnya yang ada di Indonesia dalam hal meningkatkan kinerja UMKM.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis merupakan kemampuan suatu organisasi untuk bertahan, tumbuh, dan memiliki kemampuan bekerja secara efisien dan menguntungkan, kinerja bisnis menunjukkan apakah suatu organisasi mencapai tujuannya atau mengalami kemajuan (Umar & Dikko, 2018). Kinerja bisnis dapat menjadi indikator untuk mengukur apakah suatu bisnis mampu mencapai tujuan dan mengalami kemajuan atau sebaliknya (Otache, 2024).

Kinerja bisnis yang efektif merupakan kemampuan organisasi dalam mencapai tujuannya melalui pengelolaan yang kompeten, tata kelola yang cukup baik, dan juga upaya yang berkelanjutan untuk tujuan bisnis (Bamfo & Kraa, 2019). Kinerja bisnis juga ditentukan dari kemampuan organisasi dalam beradaptasi dengan lingkungan bisnis dan merancang strategi yang efektif untuk melengkapi kemampuan manajemen dan menciptakan keseimbangan antara lingkungan dan budaya internal bisnis (Zainudin et al., 2018).

2.1.2 Kapabilitas Inovasi

Otache & Usang (2022) mendefinisikan inovasi sebagai proses menciptakan sesuatu yang baru menggunakan nilai yang signifikan. Kapabilitas inovasi tidak hanya mengacu pada kemampuan untuk dapat mengembangkan dalam manajemen bisnis baru, namun juga berkaitan dengan kemampuan untuk menyatukan kinerja dan pola pikir (Lawson & Samson, 2001). Kapabilitas inovasi memungkinkan

organisasi untuk memenuhi kebutuhan pasar dengan cepat dan dapat menganggapi perubahan lingkungan yang berubah (Ilmudeen et al., 2020). Menurut Otache (2024), inovasi merupakan proses di mana bisnis mengenalkan produk, layanan proses, dan juga sistem baru yang diperlukan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi.

Lebih lanjut kemampuan inovasi memungkinkan organisasi untuk menerapkan pembaruan dalam hal teknologi yang diperlukan untuk mengembangkan produk baru dan juga pemenuhan kebutuhan sebagai salah satu strategi bertahan dalam lingkungan yang dinamis (Rajapathirana & Hui, 2018; YuSheng & Ibrahim, 2020). Menurut Saunila et al. (2014), kapabilitas inovasi secara khusus didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengubah informasi dan gagasan menjadi produk, proses, dan sistem baru untuk kepentingan organisasi dan pemangku kepentingan lainnya.

2.1.3 Keunggulan Kompetitif

Menurut Barney (1991) keunggulan kompetitif diperoleh ketika suatu organisasi memperoleh lebih banyak keuntungan ataupun manfaat dibandingkan pesaingnya dalam hal biaya, teknologi, manajemen, dan yang lainnya. Keunggulan kompetitif adalah salah satu konsep yang penting dalam manajemen (Otache, 2024). Keunggulan kompetitif merupakan keunggulan suatu organisasi dibandingkan dengan organisasi yang lainnya (Tu & Wu, 2020).

Hal tersebut mencerminkan kapabilitas suatu organisasi dapat membantu meningkatkan posisinya dengan pesaing (Otache, 2024). Keunggulan kompetitif menunjukkan bahwa organisasi mendapatkan keuntungan yang lebih besar

dibandingkan pesaingnya (Tu & Wu, 2020). UKM yang ingin mendapatkan kinerja bisnis yang unggul harus mengembangkan strategi dan kemampuan yang memungkinkan UKM mendapatkan keuntungan lebih, dari keunggulan kompetitif (Keskin et al., 2021).

2.2 Penelitian Terdahulu dan Formulasi Hipotesis

2.2.1 Kapabilitas Inovasi dan Kinerja UMKM

Penelitian terkini yang dilakukan oleh Otache (2024) menemukan bahwa kapabilitas inovasi merupakan faktor penting yang mampu meningkatkan kinerja UKM. Hal yang sama juga terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh Shafi (2020), yang menemukan bahwa kapabilitas inovasi dapat membantu UKM untuk mencapai keuntungan finansial maupun non-finansial. Hal ini relevan, mengingat dalam persaingan yang kompetitif, bisnis harus berinovasi dan menjadi fleksibel agar dapat mencapai kinerja yang unggul (Tariq et al., 2023).

Beberapa hasil penelitian terdahulu tersebut menguatkan bahwa kapabilitas inovasi memiliki peran penting bagi kinerja dan keberhasilan bisnis, sebagaimana diungkapkan oleh Saunila (2016) dan Guo & Cao (2014). Selain itu, Matekenya & Moyo (2022) berpendapat bahwa, tanpa adanya inovasi, bisnis akan mengalami kesulitan beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang terus berubah. Penelitian yang dilakukan Kafetzopoulos & Psomas (2015) terdapat bukti empiris yang mendukung bahwa kapabilitas inovasi dan kinerja organisasi memiliki hubungan yang positif. Lebih lanjut, penelitian Otache (2024) juga menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Penelitian terkini yang dilakukan oleh Handayani & Fietroh (2024) menemukan bahwa kapabilitas inovasi

secara positif dan signifikan memengaruhi kinerja UMKM. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pertama penelitian ini sebagai berikut:

H1: Kapabilitas inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

2.2.2 Kapabilitas Inovasi dan Keunggulan Kompetitif

Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa kapabilitas inovasi merupakan sumber bagi keunggulan kompetitif (Kolbe et al., 2022; Matekenya & Moyo, 2022). Exposito & Sanchis-Llopis (2018) juga menemukan bahwa keunggulan kompetitif organisasi dapat diraih melalui praktik kapabilitas inovasi. Lebih lanjut, penelitian Lee & Yoo (2019) menunjukkan bahwa membangun keunggulan kompetitif bergantung pada kemampuan inovasi seperti mengenali peluang, menangkap peluang, dan mentransformasi sumber daya, organisasi yang mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan melalui inovasi cenderung menciptakan produk yang lebih unggul dan relevan dengan pasar.

Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan Yuniarti et al. (2022) menyimpulkan bahwa kapabilitas inovasi memiliki pengaruh penting yang digunakan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif. Penelitian yang dilakukan Zatia et al. (2023) juga berpendapat bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis kedua penelitian ini sebagai berikut:

*H2: Kapabilitas inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif
UMKM*

2.2.3 Keunggulan Kompetitif dan Kinerja UMKM

Keunggulan kompetitif merupakan konsep yang penting dalam manajemen strategis khususnya, dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif, oleh karena itu organisasi harus berusaha mendapatkan keunggulan kompetitif (Otache, 2024). Keunggulan kompetitif merupakan keunggulan organisasi dibandingkan dengan organisasi yang lainnya (Tu & Wu, 2021). Menurut teori kapabilitas dinamis organisasi yang memiliki kompetensi inti cenderung akan mencapai kinerja yang unggul dan mendapatkan keunggulan kompetitif (Otache & Usang, 2022).

Menurut penelitian Kiyabo & Isaga, (2020) keunggulan kompetitif dapat menghasilkan kinerja bisnis yang lebih baik. Penelitian terkini yang dilakukan oleh Otache (2024) mengonfirmasi bahwa kinerja UKM dapat ditingkatkan melalui peningkatan keunggulan kompetitif. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif membantu dampak positif kinerja UKM (Otache, 2024). Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis ketiga penelitian ini sebagai berikut:

H3: Keunggulan kompetitif berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

2.2.4 Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Kompetitif, dan Kinerja UMKM

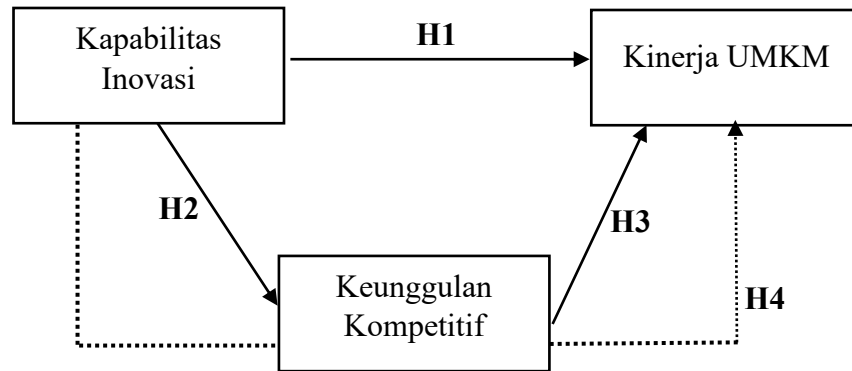
Menurut Zaita et al. (2023) kapabilitas inovasi dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam menciptakan keunggulan yang kompetitif. Hasil penelitian yang dilakukan Zaita et al. (2023) juga menjelaskan bahwa kapabilitas inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada keunggulan kompetitif. Menurut penelitian Rahmasari (2021) juga menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi dapat meningkatkan keunggulan kompetitif. Hasil temuan yang sama juga ditemukan oleh studi terkini yang dilakukan Hasil Otache (2024) di mana ia menemukan

bahwa kapabilitas inovasi memiliki hubungan positif dengan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif juga dapat digunakan sebagai elemen yang memberikan UKM keunggulan dibandingkan pesaingnya (Otache, 2024). Lebih lanjut, menurut Otache (2024), ada korelasi positif dan signifikan antara keunggulan kompetitif dan kinerja UKM.

Penelitian terkini yang dilakukan oleh Otache (2024) menemukan bahwa kapabilitas inovasi merupakan kemampuan internal yang dapat dikembangkan oleh UKM untuk meraih keunggulan kompetitif yang mendukung dalam memperoleh kinerja yang unggul di tengah dinamika lingkungan bisnis. Selain itu, ada bukti penelitian yang menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif dan peningkatan kinerja organisasi berasal dari kapabilitas inovasi (Kolbe et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif dapat berfungsi sebagai mekanisme yang membantu memberikan dampak positif kapabilitas inovasi dalam meningkatkan kinerja UKM (Otache, 2024). Lebih lanjut, kapabilitas yang dinamis dapat memberikan organisasi keunggulan yang kompetitif, dan mengarah pada kinerja organisasi yang unggul Pisano (2017). Keunggulan kompetitif juga dapat menghasilkan kinerja organisasi yang lebih baik (Kiyabo & Isaga, 2020). Dengan demikian keunggulan kompetitif memiliki dampak yang kuat terhadap kinerja UKM dan secara signifikan memediasi hubungan kapabilitas inovasi terhadap kinerja UKM (Otache & Usang, 2022). Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis keempat penelitian ini sebagai berikut:

H4: Keunggulan kompetitif memediasi pengaruh kapabilitas inovasi terhadap kinerja UMKM.

2.3. Kerangka Penelitian



Gambar 2. 1. Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Menurut (Creswell, 2018), penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk menguji teori-teori tertentu dengan menganalisis hubungan antar variabel. Dalam pendekatan ini, variabel diukur menggunakan instrumen penelitian, sehingga data yang diperoleh dalam bentuk angka dapat dianalisis dengan prosedur statistik (Creswell, 2018). Sementara itu, (Emzir, 2010), menjelaskan bahwa pendekatan kuantitatif berlandaskan pada paradigma positivisme untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, yang mencakup pemahaman tentang hubungan sebab-akibat, reduksi variabel, serta pengujian hipotesis melalui pengukuran, observasi, dan pengujian teori, pendekatan ini sering kali menggunakan strategi penelitian seperti survei dan eksperimen yang menghasilkan data dalam bentuk statistik.

Pada penelitian ini, data kuantitatif dikumpulkan melalui distribusi kuesioner kepada pelaku UMKM. Variabel yang dianalisis mencakup kapabilitas inovasi, keunggulan kompetitif, dan kinerja UMKM. Kuesioner kemudian digunakan untuk proses pengambilan data dengan instrumen yang telah disusun guna mengukur semua variabel yang diamati dalam penelitian ini.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada keberagaman dan jumlah UMKM yang ada di kedua daerah tersebut, yang menawarkan potensi pengembangan bisnis yang cukup

besar. Selain itu, kedua wilayah ini juga dipilih karena memiliki banyak UMKM yang telah menunjukkan kapabilitas inovasi dalam operasionalnya. Lokasi-lokasi tersebut dianggap mudah dijangkau oleh peneliti, sehingga memudahkan proses pengumpulan data.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi merujuk pada seluruh sekelompok individu, peristiwa, atau objek yang menjadi fokus penelitian yang ingin dianalisis atau disimpulkan oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2020). Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh UMKM yang berada di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta, yang fokus pada kemampuan inovasi dalam menjalankan bisnisnya.

Sedangkan sampel merupakan bagian atau sub kelompok dari populasi yang lebih besar, melalui analisis terhadap sampel diharapkan dapat menarik kesimpulan yang relevan dan dapat diterapkan atau digeneralisasikan kepada seluruh populasi yang menjadi fokus penelitian (Sekaran & Bougie, 2016). Desain *non-probability sampling* merupakan metode pengambilan sampel di mana elemen-elemen dalam populasi tidak memiliki peluang atau probabilitas tertentu untuk terpilih sebagai subjek sampel, dengan demikian hasil penelitian yang diperoleh dari sampel tersebut tidak dapat digeneralisasikan secara pasti kepada populasi secara keseluruhan (Sekaran & Bougie, 2016). Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*, yakni memilih sampel berdasarkan kemudahan untuk ditemui oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2016).

Dalam penelitian ini, metode untuk menentukan ukuran sampel minimum didasarkan pada prinsip *statistical power*. Prinsip ini digunakan dengan

mempertimbangkan ukuran efek yang diharapkan, tingkat signifikan, serta tingkat kekuatan statistik yang diinginkan (Hair et al. 2022) Semakin besar ukuran efek dan jumlah sampel yang diproyeksikan, maka semakin tinggi pula tingkat kekuatan statistik penelitian tersebut (Hair et al., 2022). Berdasarkan pedoman yang disampaikan Hair et al. (2022) penelitian ini menetapkan target kekuatan statistik antara 0.21 hingga 0.3 dengan tingkat signifikansi 5%, analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa untuk mencapai target tersebut, dibutuhkan minimum 69 responden. Untuk itu, sampel penelitian ini adalah minimum 69 sampel.

3.4 Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Kinerja UMKM

Dalam penelitian ini, kinerja UMKM terletak pada bagian (K) berfungsi sebagai variabel dependen, pengukuran kinerja UMKM mengacu pada studi yang dilakukan oleh Abeysekara et al. (2019) dengan indikator-indikatornya yang disajikan dalam Tabel 3.1 berikut:

Tabel 3. 1 Variabel Kinerja UMKM

Variabel	Kode	Indikator
Kinerja UMKM Sumber: Diadaptasi dari (Abeysekara et al., 2019)	K ₁	Mampu meningkatkan penjualan.
	K ₂	Mampu meningkatkan pangsa pasar.
	K ₃	Memiliki produk/layanan yang pangsa pasarnya cukup besar.
	K ₄	Mampu menghasilkan keuntungan dari setiap penjualan.
	K ₅	Secara umum, mampu memperoleh keuntungan sesuai yang ditargetkan.

3.4.2 Kapabilitas Inovasi

Dalam penelitian ini, kapabilitas inovasi terletak pada bagian (KI) dan berfungsi sebagai variabel independen, pengukuran kapabilitas inovasi mengacu pada studi yang dilakukan oleh Shafi (2020) dengan indikator-indikatornya yang disajikan dalam Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3. 4 Variabel Kapabilitas Inovasi

Variabel	Kode	Indikator
Kapabilitas Inovasi Sumber: Diadaptasi dari Shafi (2020)	KI ₁	Sering mencoba ide-ide baru.
	KI ₂	Selalu mencari cara baru untuk melakukan sesuatu.
	KI ₃	Selalu kreatif dalam cara menjalankan bisnis.
	KI ₄	Mampu mengembangkan produk atau layanan baru.
	KI ₅	Sering menjadi yang pertama dalam memasarkan produk baru.

3.4.3 Keunggulan Kompetitif

Dalam penelitian ini, keunggulan kompetitif terletak pada bagian (KK) dan berfungsi sebagai variabel yang memediasi antara variabel kapabilitas inovasi (KI) dan kinerja UMKM (K). Pengukuran keunggulan kompetitif mengacu pada studi yang dilakukan oleh Abeysekara et al. (2019) dengan indikator-indikatornya yang disajikan dalam Tabel 3.3 berikut:

3.5 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Tabel 3. 7 Variabel Keunggulan Kompetitif

Variabel	Kode	Indikator
Keunggulan kompetitif Sumber diadaptasi dari (Abeysekara et al., (2019)	KK ₁	Merek telah dikenal dengan sangat baik oleh para pelanggan.
	KK ₂	Memiliki reputasi yang kuat dalam hal kualitas.
	KK ₃	Pelanggan dapat dengan mudah membedakan produk/layanan, jika dibandingkan dengan produk/layanan dari pesaing.
	KK ₄	Pelanggan sangat setia terhadap produk.
	KK ₅	Memiliki hubungan yang erat dan jangka panjang dengan para pelanggan.
	KK ₆	Selalu menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan data primer sebagai metode utama dalam pengumpulan informasi. Data primer merujuk pada data yang diperoleh langsung dari sumbernya oleh peneliti, yang relevan dengan variabel dan tujuan penelitian yang telah ditentukan sebelumnya (Sekaran & Bouge, 2016). Dalam penelitian ini, data primer terdiri dari persepsi responden, yaitu pemilik UMKM yang berkaitan dengan kapabilitas inovasi dan keunggulan kompetitif dalam kinerja UMKM. Peneliti mengumpulkan informasi yang sesuai dengan variabel yang sedang dianalisis yaitu UMKM secara langsung, dan sumber data primer berasal dari individu, responden, atau kelompok yang terkait dalam penelitian ini.

Sebagai alat pengumpulan data, penelitian ini akan memanfaatkan Google Forms sebagai alat pembuatan kuesioner. Data dari kuesioner akan dikumpulkan menggunakan Skala Likert, dengan rentang nilai 1 (sangat tidak setuju) – 5 (sangat setuju) (Sekaran & Bougie, 2016), yang digunakan untuk menilai setiap indikator dalam variabel. Penggunaan Google Forms tidak hanya memberikan kemudahan dalam mengelola dan menganalisis data, tetapi juga mempermudah responden yang telah ditentukan, guna menjamin kelengkapan dan keakuratan informasi yang dikumpulkan.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Sekaran & Bougie (2016) menjelaskan bahwa analisis deskriptif merupakan metode pengelolaan data yang bertujuan untuk merangkum dan menggambarkan karakteristik utama dari suatu sampel atau populasi penelitian. Analisis ini bertujuan menyajikan deskripsi yang ringkas namun menyeluruh mengenai data yang telah dikumpulkan, sehingga informasi tersebut dapat mudah dipahami oleh pembaca.

Statistik deskriptif meliputi berbagai ukuran, seperti frekuensi, rata-rata, dan standar deviasi, yang berfungsi untuk memberikan gambaran umum mengenai suatu kumpulan data (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam penelitian ini, analisis deskriptif dari data penelitian dan untuk memberikan penjelasan yang rinci mengenai profil responden. Profil responden yang dianalisis secara deskriptif mencakup jabatan, usia usaha, jenis industri, jumlah karyawan, serta omzet yang dihasilkan.

3.6.2 Analisis Inferensial

Analisis inferensial merupakan metode statistik yang digunakan untuk membuat kesimpulan mengenai suatu populasi berdasarkan analisis sampel, hal ini memungkinkan penelitian untuk menggeneralisasikan hasil temuan peneliti dari sekelompok sampel kecil yang telah diteliti ke seluruh populasi yang belum diteliti (Sekaran & Bougie, 2016).

Metode Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM), yang dibantu oleh perangkat lunak SmartPLS 3, digunakan untuk melakukan analisis untuk melakukan analisis inferensial dalam penelitian ini. PLS-SEM memiliki keunggulan dalam menguji model teoritis yang kompleks bahkan ketika dihadapkan pada data yang tidak terdistribusi atau kekurangan, metode ini memiliki banyak kelebihan dibandingkan metode analisis terdahulu, sehingga cocok untuk berbagai bidang penelitian, termasuk penelitian ini (Hair et al., 2022).

Menurut Hair et al., (2022) metode PLS-SEM terdiri dari dua komponen utama, yaitu model pengukuran yang disebut (*outer model*) dan model struktural yang disebut (*inner model*). Model pengukuran (*outer model*) menjelaskan bahwa antara konstruk (variabel) dan indikator yang digunakan untuk mengukurnya (Hair et al., 2022). Apabila kualitas outer model menunjukkan hasil yang baik atau mengalami peningkatan, analisis dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu penyajian dan pengujian hipotesis dan pembahasan hubungan antar variabel (Hair et al., 2022)

3.6.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Penelitian ini mengevaluasi model pengukuran melalui penerapan penilaian pada model pengujian reflektif. Proses evaluasi ini meliputi beberapa aspek penting, yaitu validitas konvergen (*Cinvergent Validity*), validitas diskriminan (*Discriminant Validity*), serta pengujian reliabilitas, sesuai dengan panduan yang dikemukakan oleh Hair et al. (2022).

1) Validitas Konvergen (*convergent validity*)

Validitas konvergen mengukur seberapa besar korelasi positif antara suatu ukuran dengan ukuran-ukuran alternatif yang mengukur konstruk yang sama (Hair et al., 2022). Validitas konvergen dinilai dengan *communalities* yang didasarkan pada *average variance extracted* (AVE), dengan nilai yang dapat diterima paling tinggi $\geq 0,50$ (Hair et al., 2022). Di sisi lain, reliabilitas konsistensi internal yang memadai ditunjukkan apabila loadings $> 0,70$ yang berarti konstruk tersebut menjelaskan lebih dari 50% varian indikator (Hair et al., 2022).

Menurut Hair et al. (2022) indikator dalam suatu skala dapat dihapus jika memiliki muatan dalam rentang 0,40 hingga 0,70. Lebih lanjut, penghapusan ini sebaiknya dilakukan apabila dapat meningkatkan reliabilitas komposit melebihi ambang batas yang direkomendasikan, kemudian validitas konten juga tetap harus dipertimbangkan dalam proses eliminasi (Hair et al., 2022). Namun, indikator dengan muatan yang sangat rendah, sekitar 0,40 atau kurang, dan sebaiknya dihapus dari skala reflektif tanpa pengecualian (Hair et al., 2022).

2) Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan mengacu pada sejauh mana sebuah konstruk dapat dibedakan secara empiris dari konstruk yang lain (Hair et al., 2022). Maka dari itu, pengujian validitas diskriminan menunjukkan bahwa sebuah konstruk dapat memiliki sifat yang unik dan mewakili fenomena yang tidak dapat dijelaskan pada konstruk lain dalam model (Hair et al., 2022). Kemudian validitas diskriminan diuji menggunakan aplikasi SmartPLS 3 dengan pendekatan *Fornell-Larcker Criterion*, yaitu metode yang mengevaluasi korelasi antar variabel dengan konstruk lainnya dalam model penelitian (Hair et al., 2022).

Pengujian validitas metode Fornell-Larcker Criterion dilakukan dengan membandingkan akar kuadrat nilai AVE dengan korelasi antar variabel laten (Hair et al., 2022). Lebih lanjut, AVE suatu konstruk harus lebih besar daripada korelasinya dengan konstruk lain dalam model, tujuannya dari kriteria ini yaitu untuk memastikan bahwa indikator memiliki korelasi yang lebih kuat dengan struktur yang diukur daripada struktur yang lain (Hair et al., 2022).

3. Uji Reliabilitas

Untuk mengukur reliabilitas variabel dalam penelitian ini menggunakan metode *composite reliability*, metode ini merupakan bagian dari *composite-based SEM*, yaitu salah satu varian dari *structural equation modeling* yang mempresentasikan konstruk sebagai komposit, atau kombinasi linear dari sekelompok variabel indikator (Hair et al., 2022). Lebih lanjut, menurut Hair et al. (2022) *Composite reliability* dianggap sebagai ukuran reliabilitas konsistensi internal yang dapat menawarkan keseimbangan antara pendekatan konservatif dari

Cronbach's Alpha dan pendekatan lebih liberal dari keandalan komposit. Berdasarkan Hair et al. (2022) nilai *composite reliability* yang dapat diterima yaitu lebih dari 0,70 guna menunjukkan tingkat reliabilitas yang memadai.

3.6.2.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Model struktural dalam PLS-SEM digunakan untuk menguji keterkaitan antara variabel laten (konstruk) dengan cara menentukan arah dan kekuatan hubungan antar konstruk (Hair et al., 2022). Dalam penelitian ini, evaluasi model dilakukan menggunakan tiga indikator utama untuk menilai kemampuan prediksi, indikator tersebut meliputi faktor inflasi varians (*Collinearity VIF*) untuk menilai adanya multikolinearitas, koefisien determinasi (*R-square*) yang menunjukkan kekuatan prediksi model, dan juga pengujian hipotesis melalui metode *bootstrapping* dan koefisien jalur (*path coefficients*) yang merepresentasikan kekuatan hubungan antar variabel (Hair et al., 2022)

1. Faktor Inflasi Varians (*Collinearity VIF*)

Sebagaimana disarankan oleh Hair et al. (2022), dalam menilai kolinearitas peneliti menggunakan metrik *variance inflation factor* (VIF) untuk mengukur model pengukuran formatif, tahapan ini mengharuskan peneliti melakukan evaluasi setiap prediktor konstruk secara terpisah pada setiap bagian model struktural. Untuk memastikan bahwa kolinearitas tidak akan memberikan pengaruh signifikan terhadap estimasi model struktural, nilai VIF dari prediktor konstruk sebaiknya tidak lebih dari 5, dengan nilai ideal berada di bawah 3 (Hair et al., 2022).

2. Koefisien Determinasi (*R-square*)

Hair et al. (2022) berpendapat bahwa, *R-square* adalah koefisien determinasi yang menggambarkan seberapa besar variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam suatu model regresi. Nilai *R-square* berkisar antara 0 hingga 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan kekuatan penjelasan yang lebih besar (Hair et al., 2022). Yang perlu digaris bawahi, *R-square* merupakan fungsi dari jumlah konstruk prediktor, semakin banyak jumlah konstruk prediktor maka semakin tinggi juga nilai *R-square* yang dihasilkan (Hair et al., 2022). Maka dari itu, *R-square* harus selalu diuraikan dalam konteks penelitian yang relevan, dengan mempertimbangkan nilai *R-square* dari penelitian sejenis dan dengan model tingkat kompleksitas yang serupa (Hair et al., 2022).

3. Uji Hipotesis

a. Metode *Bootstrapping*

Dalam pengujian hipotesis, metode *bootstrapping* digunakan guna memperoleh nilai t-statistik dan *P-value* pada setiap jalur korelasi, pada tingkat kepercayaan 95%, margin error (α) ditetapkan sebesar 5% atau 0,05 dengan nilai t-Tabel sebesar 1,96 (Hair et al., 2022). Kemudian apabila nilai t-statistik lebih kecil dari nilai t-Tabel ($t\text{-statistik} < 1,96$), maka hipotesis alternarif (H_a) ditolak dan hipotesis nol (H_o) diterima, sebaliknya jika nilai t-Tabel ($t\text{-statistik} \geq 1,96$) maka hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_o) ditolak, sementara itu untuk *P-value*, nilai yang diperoleh harus berada di bawah ambang batas 0,05 agar hipotesis dapat diterima (Hair et al., 2022).

b. Koefisien Jalur (*Path Coefficients*)

Uji koefisien jalur (*path coefficients*) adalah metode yang digunakan guna mengukur sejauh mana pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten endogen (Hair et al., 2022). Evaluasi koefisien jalur dilakukan dengan menggunakan nilai *path coefficients* yang berada antara -1 dan 1 (Hair et al., 2022). Lebih lanjut menurut Hair et al. (2022) nilai yang mendekati 1 menunjukkan hubungan positif yang kuat, sedangkan nilai yang menjauhi 1 menandakan hubungan negatif atau lemah. Selain itu, semakin dekat estimasi koefisien ke angka 0, semakin menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak ada atau lemah (Hair et al., 2022). Maka dari itu, nilai *path coefficients* yang tinggi dapat menunjukkan bahwa variabel laten independen memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel laten endogen, sehingga memberikan gambaran jelas mengenai kekuatan dan arah hubungan antar konstruk dalam model yang sedang dianalisis.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif

Berdasarkan data yang dikumpulkan, 82 orang yang mengisi kuesioner penelitian melebihi batas minimum sampel yang diperlukan untuk mencapai target *statistical power* dengan rentang 0,21-0,3 pada tingkat signifikansi 5% dengan menggunakan metode PLS-SEM, yakni 69 sampel. Secara keseluruhan, 69 sampel melebihi batas minimum sampel, dari 84 data yang dikumpulkan, dua di antaranya tidak digunakan untuk pengolahan data karena terindikasi sebagai *straight-lining response*, di mana responden memberikan jawaban yang identik sama pada setiap pernyataan, sehingga hanya 82 yang dipakai untuk analisis. Fenomena *straight-lining response* ini berhubungan dengan rendahnya tingkat perhatian responden (Zhang & Conrad 2013), yang dapat menyebabkan bias sistematis, sehingga deviasi standar (yang menjadi nol) tidak lagi mencerminkan nilai sebenarnya dari variabel yang diukur (Paas & Morren 2018). Selanjutnya, analisis deskriptif dilakukan untuk menganalisis data berdasarkan karakteristik responden.

4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jabatan

Profil responden berdasarkan jabatannya dikategorikan menjadi tiga kategori responden yaitu pemilik usaha, manajer atau pengelola usaha, dan manajer cabang. Berdasarkan hasil kuesioner yang mereka isi, mayoritas jabatan responden adalah pemilik dengan persentase sebesar 70%, kemudian manajer atau pengelola cabang dengan persentase sebesar 23%, dan manajer cabang dengan persentase 7%. Kemudian mayoritas responden untuk pemilik usaha berasal dari Kota Yogyakarta

dengan jumlah 35 responden, kemudian untuk manajer/pengelola mayoritas berasal dari Kabupaten Sleman dengan jumlah 11 responden, lalu yang terakhir yaitu manajer cabang mayoritas berasal dari Kabupaten Sleman dengan jumlah 4 responden. Rincian hasil dapat dilihat pada Tabel 4.1 di bawah ini.

Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jabatan

Jabatan	Kab. Sleman	Kota Yogyakarta	Jumlah	Persentase (%)
Pemilik Usaha	22	35	57	70%
Manajer/Pengelola	11	8	19	23%
Manajer Cabang	4	2	6	7%
Total	37	45	82	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Umur Usaha

Selanjutnya, analisis dilakukan pada usia usaha responden, yang dibagi menjadi lima kategori yaitu 6 bulan – 1 tahun, lebih dari 1-3 tahun, lebih dari 3-5 tahun, lebih dari 5-10 tahun, dan lebih dari 10 tahun. Dari data 82 responden menunjukkan bahwa 32% usaha berusia antara 6 bulan – 1 tahun, lebih dari 1-3 tahun 31%, lebih dari 3-5 tahun 20%, lebih dari 5-10 tahun 14%, dan lebih dari 10 tahun 4%. Kemudian mayoritas responden berdasarkan umur usaha berasal dari Kabupaten Sleman dengan jumlah 42 responden, dan dari Kota Yogyakarta berjumlah 40 responden. Hasil rinci dapat dilihat pada Tabel 4.2 di bawah ini.

Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Umur Usaha

Umur Usaha	Kab. Sleman	Kota Yogyakarta	Jumlah	Persentase (%)
6 bulan – 1 tahun	10	16	26	32%
> 1-3 Tahun	17	8	25	31%
> 3-5 Tahun	9	8	17	20%

Umur Usaha	Kab. Sleman	Kota Yogyakarta	Jumlah	Persentase (%)
> 5-10 Tahun	4	7	11	14%
> 10 Tahun	2	1	3	4%
Total	42	40	82	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Industri UMKM

Selanjutnya analisis dilakukan berdasarkan jenis industri UMKM yang dijalankan oleh responden. UMKM ini dibagi menjadi tiga belas kategori yaitu kuliner (Food and Beverage) sebanyak 43%, fesyen (Fashion) 11%, jasa 11%, kecantikan/kosmetik 9%, agrobisnis 4%, otomotif 5%, kerajinan tangan 4%, ritel 4%, furnitur (Mebel) 2%, pengolahan 2%, teknologi 2%, logistik/transportasi 2%. Selanjutnya mayoritas responden berdasarkan jenis industri berasal dari Kabupaten Sleman dengan jumlah 44 responden dan dari Kota Yogyakarta dengan jumlah 38 responden. Hasil lengkap dapat dilihat pada Tabel 4.3 di bawah ini.

Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Jenis Usaha	Kab. Sleman	Kota Yogyakarta	Jumlah	Persentase (%)
Kuliner (Food and Beverage)	21	14	35	43%
Fesyen (Fashion)	4	6	10	11%
Jasa	5	4	9	11%
Kecantikan/Kosmetik	3	4	7	9%
Agrobisnis	2	1	3	4%
Otomotif	2	2	4	5%
Kerajinan Tangan	1	2	3	4%

Jenis Usaha	Kab. Sleman	Kota Yogyakarta	Jumlah	Persentase (%)
Ritel	2	1	3	4%
Furnitur (Mebel)	0	2	2	2%
Pengolahan	2	0	2	2%
Teknologi	2	0	2	2%
Logistik/Transportasi	0	2	2	2%
Total	44	38	82	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Omzet

Selanjutnya analisis dilakukan berdasarkan pendapatan atau penjualan UMKM responden. Usaha mikro memiliki pendapatan kurang dari atau sama dengan 300 juta rupiah, usaha kecil memiliki pendapatan antara 300 juta hingga 2,5 miliar rupiah, dan usaha menengah memiliki pendapatan antara 2,5 miliar hingga 50 miliar rupiah. Pembagian ini merujuk pada UU nomor 20 Tahun 2008 mengenai (UMKM) (Lathifa 2023).

Hasil menunjukkan bahwa 68% responden memiliki omzet $\leq$ 300 juta rupiah, 28% memiliki omzet $>$ 300 juta - 2,5 miliar rupiah, dan 4% memiliki omzet $>$ 2,5 miliar – 50 miliar rupiah. Jadi berdasarkan hasil data tersebut usaha mikro memiliki persentase 68%, usaha kecil memiliki persentase 28%, dan usaha menengah memiliki persentase 4% . Mayoritas responden berdasarkan omzet berasal dari Kabupaten Sleman dengan jumlah 47 responden, dan dari Kota Yogyakarta dengan jumlah 35 responden. Tabel 4.4 berikut menunjukkan rincian hasil.

Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Omzet

Omzet (dalam 1 tahun)	Kab. Sleman	Kota Yogyakarta	Jumlah	Persentase (%)
≤ 300 Juta Rupiah	31	24	55	68%
> 300 – 2,5 Miliar Rupiah	13	10	23	28%
> 2,5 Miliar – 50 Miliar Rupiah	3	1	4	4%
Total	47	35	82	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Selanjutnya, analisis dilakukan berdasarkan jumlah pekerja yang bekerja di UMKM tersebut. Hasilnya disajikan dalam empat kategori yaitu kurang dari 5 orang 56%, 5-19 orang sebesar 37%, 20-99 orang 6%, dan lebih dari 99 orang 1%. Mayoritas responden berdasarkan jumlah karyawan berasal dari Kota Yogyakarta dengan jumlah 46 responden, dan dari Kabupaten Sleman dengan jumlah 36 responden. Hasil lengkap dapat dilihat pada Tabel 4.5 di bawah ini.

Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Jumlah Karyawan	Kab. Sleman	Kota Yogyakarta	Jumlah	Persentase (%)
< 5 Orang	21	25	46	56%
5 – 19 Orang	13	17	30	37%
20 – 99 Orang	2	3	5	6%
> 99 Orang	0	1	1	1%
Total	36	46	82	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

4.2 Analisis Deskriptif Variabel

4.2.1 Kinerja UMKM

Di dalam pernyataan kuesioner yang berkaitan dengan variabel kinerja UMKM. Hasil dari tanggapan responden menunjukkan bahwa nilai rata-rata untuk analisis deskriptif kinerja UMKM yaitu sebesar 4,21. Pada analisis tersebut, pernyataan item K1 memiliki indikator tertinggi dengan nilai rata-rata 3,37, dan pernyataan item K3 memiliki indikator terendah dengan nilai rata-rata 4,08. Data selengkapnya terdapat pada Tabel 4.6 di bawah.

Tabel 4. 6 Tanggapan Responden pada Variabel Kinerja UMKM

Kode	Indikator	Rata-rata
K1	Mampu meningkatkan penjualan.	4.37
K2	Mampu meningkatkan pangsa pasar.	4.15
K3	Memiliki produk/layanan yang pangsa pasarnya cukup besar.	4.08
K4	Mampu menghasilkan keuntungan dari setiap penjualan.	4.32
K5	Mampu memperoleh keuntungan sesuai yang ditargetkan	3.13
Total Rata-rata		4.21

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

4.2.2 Kapabilitas Inovasi

Di dalam pernyataan kuesioner yang berkaitan dengan variabel kapabilitas inovasi. Hasil dari tanggapan responden menunjukkan bahwa nilai rata-rata untuk analisis deskriptif kapabilitas inovasi yaitu sebesar 3.99. Pada analisis tersebut pernyataan item KI₂ memiliki indikator tertinggi dengan nilai rata-rata 4.28 dan pernyataan item KI₅ memiliki indikator terendah dengan nilai rata-rata 3.46. Data selengkapnya terdapat pada Tabel 4.7 di bawah ini.

Tabel 4. 7 Tanggapan Responden pada Variabel Kapabilitas Inovasi

Kode	Indikator	Rata-rata
KI ₁	Sering mencoba ide-ide baru.	4.10
KI ₂	Selalu mencari cara baru untuk melakukan sesuatu.	4.28
KI ₃	Selalu kreatif dalam cara menjalankan bisnis.	4.01
KI ₄	Mampu mengembangkan produk atau layanan baru.	4.08
KI ₅	Sering menjadi yang pertama dalam memasarkan produk baru.	3.46
Total Rata-rata		3.99

4.2.3 Keunggulan Kompetitif

Di dalam pernyataan kuesioner yang berkaitan dengan variabel keunggulan kompetitif. Hasil dari tanggapan responden menunjukkan bahwa nilai rata-rata untuk analisis deskriptif keunggulan kompetitif yaitu sebesar 4.23. Pada analisis tersebut pernyataan item KK₂ memiliki indikator tertinggi dengan nilai rata-rata 4.42 dan pernyataan item KK₆ memiliki indikator terendah dengan nilai rata-rata 4.12. Data selengkapnya terdapat pada Tabel 4.8 di bawah ini.

Tabel 4. 8 Tanggapan Responden pada Variabel Keunggulan Kompetitif

Kode	Indikator	Rata-rata
KK ₁	Merek telah dikenal dengan sangat baik oleh para pelanggan.	4.20
KK ₂	Memiliki reputasi yang kuat dalam hal kualitas.	4.42
KK ₃	Pelanggan dapat dengan mudah membedakan produk/layanan, jika dibandingkan dengan produk/layanan dari pesaing.	4.15
KK ₄	Pelanggan sangat setia terhadap produk.	4.30

Kode	Indikator	Rata-rata
KK ₅	Memiliki hubungan yang erat dan jangka panjang dengan para pelanggan.	4.20
KK ₆	Selalu menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.	4.12
Total Rata-rata		4.23

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

4.3 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

4.3.1 Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen (*Convergent Validity*) adalah ukuran seberapa baik item-item pengukuran dengan konstruk yang sedang diukur (Hair et al., 2022). AVE dan outer loadings adalah dua kriteria utama dalam mengevaluasi validitas konvergen.

Suatu alat ukur dianggap memiliki validitas konvergen yang baik jika nilai AVE > 0,5 dan nilai outer loadings yang kuat biasanya > 0,7 (Hair et al., 2022). Pencapaian kedua kriteria ini menunjukkan bahwa item-item pengukuran menggambarkan konstruk yang dimaksud dalam penelitian dengan tepat.

Seperti yang dijelaskan oleh Hair et al. (2022), pengukuran konstruk lima variabel tidak memenuhi kriteria setelah pengujian awal. Outer loadings dengan nilai antara $\geq 0,40$ dan $< 0,70$ perlu dianalisis ulang untuk memastikan konsistensi internalnya, jika pengukuran konstraknya masih berada dalam ambang batas yang direkomendasikan, item tersebut dapat dipertahankan, namun jika tidak maka item tersebut bisa dihapus (Hair et al., 2022). Selain itu pertimbangan tambahan untuk menentukan apakah item di pertahankan atau dihapus berdasarkan AVE telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan (Hair et al., 2022). Maka dari itu, item pernyataan yang memiliki nilai lemah yang dihapus dalam penelitian ini yaitu KK₄

dengan nilai 0.562, KK₅ dengan nilai 0.570, KK₆ dengan nilai 0.535, KI₁ dengan nilai 0.522, KI₂ dengan nilai 0.498, K₄ dengan nilai 0.531. Hasil data outer loadings selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.9 di bawah ini.

Tabel 4. 10 *Outer*

	Keunggulan Kompetitif	Kapabilitas Inovasi	Kinerja UMKM
KK ₁	0.801		
KK ₂	0.679		
KK ₃	0.707		
KI ₃		0.760	
KI ₄		0.765	
KI ₅		0.716	
K ₁			0.769
K ₂			0.799
K ₃			0.690
K ₅			0.716

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Salah satu indikator penting untuk mengevaluasi validitas konvergen adalah AVE, nilai AVE untuk semua variabel yang dianalisis seperti kinerja UMKM, kapabilitas inovasi, dan keunggulan kompetitif melampaui ambang batas 0,5. Ini menunjukkan bahwa variabel dikatakan memiliki konsistensi yang baik jika nilai AVEnya sama dengan atau lebih besar dari 0,5. Hasil ini menunjukkan bahwa kriteria validitas konvergen untuk ketiga variabel tersebut telah dipenuhi sesuai dengan hasil data yang ada di Tabel 4.10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel penelitian ini valid dan cukup konsisten secara internal.

Tabel 4. 11 *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	AVE
Keunggulan Kompetitif	0.534
Kapabilitas Inovasi	0.559
Kinerja UMKM	0.554

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

4.3.2 Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Kriteria Fornell-Larcker digunakan untuk menilai validitas diskriminan dalam penelitian ini. Metode ini menilai hubungan antara variabel tertentu dengan variabel lain dalam model. Nilai variabel pada konstruk tertentu biasanya harus lebih besar daripada korelasinya dengan konstruk lainnya. Metode ini digunakan untuk memastikan bahwa setiap indikator memiliki hubungan yang lebih kuat dengan konstruk yang diukur daripada konstruk model lainnya. Penjelasan lebih lanjut dapat ditemukan pada Tabel 4.11.

Tabel 4. 12 Fornell-Larcker Criterion

	Keunggulan Kompetitif	Kapabilitas Inovasi	Kinerja UMKM
Keunggulan Kompetitif	0.731		
Kapabilitas Inovasi	0.472	0.747	
Kinerja UMKM	0.544	0.479	0.745

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

4.3.3 Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas dalam penelitian ini dievaluasi dengan menggunakan metode Composite Reliability, ini digunakan untuk mengukur konsistensi internal yang dianggap sebagai indikator kestabilan yang memadai. Agar variabel dianggap

reliabel, nilai Composite Reliability harus berada di atas ambang batas 0,70 hingga 0,95. Dengan mempertimbangkan kriteria tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi standar reliabilitas yang diperlukan. Tabel 4.12 menunjukkan rincian hasil pengujian.

Tabel 4. 13 *Composte Reliability*

Variabel	Composite Reliability
Keunggulan Kompetitif	0.774
Kapabilitas Inovasi	0.791
Kinerja UMKM	0.832

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

4.4 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Salah satu bagian penting dari analisis jalur (*path analysis*) atau pemodelan persamaan struktural (*structural equation modeling/SEM*) merupakan uji model struktural, juga dikenal sebagai *inner model*. Analisis jalur bertujuan untuk menentukan hubungan sebab-akibat antara konstruk laten dalam sebuah model (Hair et al., 2022). Analisis ini dilakukan untuk menemukan nilai R-Square yang terkait dengan variabel yang digunakan dalam pengujian struktural, yang dikenal sebagai variabel dependen atau terikat.

4.4.1 Uji Kolinearitas

Variance Inflation Factor (VIF) digunakan untuk menilai potensi masalah multikolinearitas dalam model struktural. Berdasarkan analisis yang dilakukan, nilai VIF untuk semua variabel berada di bawah ambang batas maksimum 5, yang mengindikasikan bahwa model penelitian tidak mengalami masalah kolinearitas yang signifikan. Rincian hasil pengujian kolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.13.

Tabel 4. 14 *Collinearity VIF*

	Keunggulan Kompetitif	Kinerja UMKM
Keunggulan Kompetitif		1.286
Kapabilitas Inovasi	1.000	1.286

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

4.4.2 Uji Koefisien Determinan (*R-square*)

Koefisien determinasi, juga dikenal sebagai R-square adalah parameter yang digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen atau eksogen mempengaruhi atau menjelaskan variabel dependen atau endogen. Parameter ini juga berfungsi sebagai pengukur kemampuan prediksi suatu model, yang dihitung dengan menghitung korelasi kuadrat antara nilai prediksi dan nilai aktual dari variabel endogen tertentu. Tabel 4.14 menunjukkan hasil R-square untuk variabel-variabel dalam penelitian ini.

Tabel 4. 15 *R-square*

	R-square
Keunggulan Kompetitif	0.213
Kinerja UMKM	0.343

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

4.4.3 Uji Hipotesis

Path coefficients digunakan oleh peneliti sebagai indikator untuk menganalisis arah pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3, yang menggunakan metode *bootstrapping* untuk perhitungan. Menurut Hair et al. (2022), terdapat dua kriteria

utama dalam pengujian hipotesis yaitu *p-value* harus kurang dari 0,05, dan nilai t-statistik harus sama dengan atau lebih besar dari 1,96.

Hipotesis pertama yang menyatakan kapabilitas inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM terbukti dalam penelitian ini. Hal ini terlihat dari nilai *p-value* sebesar 0.025, yang berarti lebih kecil dari ambang batas yaitu sebesar 0.05, serta nilai t-statistik sebesar 2.247 yang mana lebih besar dari nilai minimum yaitu sebesar 1.96, sehingga hipotesis ini terbukti dan didukung dalam penelitian ini.

Hasil uji hipotesis kedua, yang menyatakan bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif, terbukti dalam penelitian ini. Hal ini dapat dilihat dari nilai *p-value* sebesar 0.000 yang lebih kecil dari nilai ambang batas sebesar 0.05, dan nilai t-statistik sebesar 4.953 yang lebih besar dari nilai minimum sebesar 1.96. Berdasarkan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa kapabilitas inovasi memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif, sehingga hipotesis ini terbukti dan didukung.

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa keunggulan kompetitif memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan hasil analisis, hipotesis tersebut didukung dalam penelitian ini, hal tersebut dibuktikan dengan hasil nilai *p-value* sebesar 0.000 yang memiliki arti lebih kecil dari nilai ambang batas yaitu 0.05. Lebih lanjut pada nilai t-statistik sebesar 3.726 yang memiliki arti nilai tersebut lebih besar dari nilai minimum yaitu 1.96. Berdasarkan hasil data tersebut menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM sehingga hipotesis pertama didukung.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	T-Statistik	P-Values	Kesimpulan
Kapabilitas Inovasi -> Kinerja UMKM	0.286	2.247	0.025	H1 didukung
Kapabilitas Inovasi -> Keunggulan Kompetitif	0.472	4.953	0.000	H2 didukung
Keunggulan Kompetitif -> Kinerja UMKM	0.409	3.726	0.000	H3 didukung
	Original Sample (O)	T-Statistik	P-Values	Kesimpulan
Kapabilitas Inovasi -> Keunggulan Kompetitif -> Kinerja UMKM	0.193	2.780	0.006	H4 didukung

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Selanjutnya, hipotesis keempat pada penelitian ini menguji apakah keunggulan kompetitif memediasi kapabilitas inovasi terhadap kinerja UMKM. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis ini terbukti dalam penelitian ini, hal tersebut sesuai dengan nilai *p-value* sebesar 0.006 yang lebih kecil dari nilai ambang batas yaitu sebesar 0.05, kemudian nilai t-statistik sebesar 2.780 yang mana nilai tersebut lebih besar dari nilai minimum yaitu sebesar 1.96. Berdasarkan hasil uji hipotesis tersebut dapat disimpulkan bahwa keunggulan kompetitif memediasi kapabilitas inovasi terhadap kinerja UMKM. Oleh karena itu hipotesis ini didukung. Lebih lanjut, dengan membandingkan arah dan signifikansi dari seluruh hasil uji hipotesis, maka data disimpulkan bahwa keunggulan kompetitif memiliki peran mediasi parsial (*complementary partial mediation*), yakni situasi di mana

hubungan langsung dan hubungan langsung dan hubungan tidak langsung sama-sama bernilai positif (Hair et al., 2022).

4.5 Pembahasan

4.5.1 Kapabilitas Inovasi dan Kinerja UMKM

Dalam penelitian ini mengungkap bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Hal ini berarti bahwa seiring dengan meningkatnya kapabilitas inovasi, maka kinerja suatu perusahaan juga akan mengalami peningkatan (Otache & Usang, 2022). Dalam konteks ini, kapabilitas inovasi dianggap sebagai prasyarat penting dalam proses penciptaan nilai (Otache, 2024) yang mendukung kinerja organisasi.

Hasil temuan ini konsisten dengan beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan (Otache, 2024; Shafi, 2020; Matekenya & Moyo, 2022; Kafetzopoulos & Psomas, 2015; Saunila, 2016; Guo & Cao, 2014) yang menyatakan bahwa kapabilitas inovasi merupakan faktor yang mampu meningkatkan kinerja UKM. Kapabilitas inovasi juga dapat membantu UKM untuk mencapai keuntungan finansial maupun non finansial (Shafi, 2020). Lebih lanjut, menurut Matekenya & Moyo (2020) berpendapat bahwa, tanpa adanya inovasi bisnis akan mengalami kesulitan beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang terus berubah.

4.5.2 Kapabilitas Inovasi dan Keunggulan Kompetitif

Penelitian ini mengungkapkan bahwa kapabilitas inovasi memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif. Temuan ini sejalan dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya (Kolbe et al., 2022; Matekenya & Moyo, 2022). Menurut Exposito & Sanchis-Liopis (2018), keunggulan kompetitif dapat diraih melalui

praktik kapabilitas inovasi. Dalam membangun keunggulan kompetitif juga bergantung pada kemampuan inovasi seperti mengenali peluang, menangkap peluang, dan mentransformasi sumber daya, organisasi yang mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan melalui inovasi akan cenderung menciptakan produk atau layanan yang lebih unggul dan relevan dengan pasar (Lee & Yoo, 2019). Lebih lanjut, Yuniarti et al., (2022) juga menyimpulkan bahwa kapabilitas inovasi memiliki pengaruh penting yang digunakan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif.

4.5.3 Keunggulan Kompetitif dan Kinerja UMKM

Penelitian ini juga menemukan bahwa keunggulan kompetitif memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Hasil ini juga sejalan dengan temuan-temuan dalam penelitian sebelumnya (Otache, 2024; Tu & Wu, 2021). Lebih lanjut menurut penelitian yang dilakukan Kiyabo & Isaga, (2020) keunggulan kompetitif dapat menghasilkan kinerja bisnis yang lebih baik. Otache (2024) juga mengonfirmasi bahwa kinerja UKM dapat ditingkatkan melalui peningkatan keunggulan kompetitif.

4.5.4 Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Kompetitif, dan Kinerja UMKM

Penelitian ini juga mengungkap bahwa keunggulan kompetitif memiliki peran mediasi kapabilitas inovasi terhadap kinerja UMKM. Dalam konteks ini, keunggulan kompetitif merupakan mekanisme dasar yang melaluinya, kapabilitas inovasi, memiliki dampak positif pada kinerja (Otache, 2024). Hasil ini membuktikan bahwa keunggulan kompetitif menjadi faktor yang dapat membantu dalam mendukung dampak positif kapabilitas inovasi terhadap kinerja (Otache,

2024). Temuan ini konsisten dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya (Otache, 2024; Pisano, 2017; Kiyabo & Isaga, 2020). Keunggulan kompetitif juga memiliki dampak yang kuat terhadap kinerja UKM dan secara signifikan memediasi hubungan kapabilitas inovasi terhadap kinerja UKM (Otache & Usang, 2022). Lebih lanjut, kapabilitas yang dinamis juga dapat memberikan organisasi keunggulan yang kompetitif dan mengarah pada kinerja organisasi yang unggul (Pisano, 2017).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Meski UMKM merupakan sektor penting dalam mendukung ekonomi nasional, namun sektor ini tidak terlepas dari hambatan dalam mempertahankan kinerjanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis dampak kapabilitas inovasi yang dimediasi oleh keunggulan kompetitif terhadap kinerja UMKM di Yogyakarta dan Kabupaten Sleman. Dengan menggunakan kapabilitas inovasi yang mengacu pada teori kapabilitas dinamis, penelitian ini menginvestigasi dampaknya terhadap kinerja UMKM secara empiris. Selain itu, penelitian ini juga menginvestigasi peran mediasi keunggulan kompetitif pada dampak kapabilitas inovasi terhadap kinerja UMKM.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kinerja UMKM dipengaruhi secara positif oleh kapabilitas inovasi dan keunggulan kompetitif. Selain itu dalam penelitian ini juga mengungkap bahwa keunggulan kompetitif memediasi kapabilitas inovasi terhadap kinerja UMKM. Lebih lanjut, keunggulan kompetitif mempunyai pengaruh paling besar terhadap kinerja UMKM, meski demikian keunggulan kompetitif juga dipengaruhi oleh kapabilitas inovasi.

5.2 Saran dan Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini menemukan bahwa kinerja UMKM dipengaruhi positif oleh kapabilitas inovasi dan dimediasi oleh keunggulan kompetitif. Maka dari itu, bagi para pelaku UMKM perlu melakukan praktik kapabilitas inovasi untuk membangun keunggulan kompetitif guna meningkatkan kinerja bisnis mereka.

Implementasi ini dapat dilakukan melalui praktik seperti mengenali peluang, menangkap peluang, dan mentransformasi sumber daya, maka organisasi yang mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan melalui inovasi akan cenderung menciptakan produk atau layanan yang lebih unggul dan relevan dengan pasar (Lee & Yoo, 2019)

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini yaitu hanya melibatkan sampel 82 UMKM yang berada di Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman, sehingga hasilnya mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi sebenarnya UMKM di seluruh Indonesia. Mengingat perbedaan karakteristik dan situasi UMKM di Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman dengan daerah lain di Indonesia, temuan penelitian ini mungkin tidak dapat diterapkan secara langsung di daerah lain karena kondisi wilayah yang berbeda juga dapat mempengaruhi relevansinya jika diterapkan di daerah lain.

Lebih lanjut, penelitian ini hanya berfokus pada eksplorasi peran mediasi keunggulan kompetitif dalam hubungan kapabilitas inovasi terhadap kinerja UMKM. Terdapat kemungkinan adanya variabel lain yang juga mempengaruhi hubungan tersebut, namun belum terungkap dalam penelitian ini. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian berikutnya yang akan dilakukan dapat mengeksplorasi mengenai elemen-elemen lain yang dapat mendukung peningkatan kinerja UMKM khususnya yang berada di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abeysekara, N., Wang, H. & Kuruppuarachchi, D., 2019, 'Effect of supply-chain resilience on firm performance and competitive advantage: A study of the Sri Lankan apparel industry', *Business Process Management Journal*, 25(7), 1673–1695.
- Bamfo, B.A. & Kraa, J.J., 2019, 'Market orientation and performance of small and medium enterprises in Ghana: The mediating role of innovation', *Cogent Business and Management*, 6(1).
- Bashir, M., 2023, 'The influence of strategic flexibility on SME performance: is business model innovation the missing link?', *International Journal of Innovation Science*, 15(5), 799–816.
- Creswell, J.W. (2018)., 2018, 'Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.).', 5.
- Emzir, M., 2010, 'Metodologi Penelitian Pendidikan: Kualitatif dan Kuantitatif.', *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kualitatif dan Kuantitatif*.
- Exposito, A. & Sanchis-Llopis, J.A., 2018, 'Innovation and business performance for Spanish SMEs: New evidence from a multi-dimensional approach', *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 36(8), 911–931.
- Guo, H. & Cao, Z., 2014, 'Strategic flexibility and SME performance in an emerging economy: A contingency perspective', *Journal of Organizational Change Management*, 27(2), 273–298.
- Hair, Hult, Ringle & Sarstedt, 2022, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition*.
- Hamidah, H., Putra, H.R. & Putri, R., 2024, 'Daya Beli Masyarakat Menurun, Teten Masduki: UMKM Ikut Terdampak', (<https://bisnis.tempo.co/read/1921925/daya-beli-masyarakat-menurun-teten-masduki-umkm-ikut-terdampak>).
- Handayani, S. & Fietroh, M.N., no date, 'PERAN E-COMMERCE DAN KAPABILITAS INOVASI DALAM MEMPENGARUHI KINERJA UMKM DI KABUPATEN SUMBAWA'.
- Ilmudeen, A., Bao, Y., Alharbi, I.M. & Zubair, N., 2020, 'Revisiting dynamic capability for organizations' innovation types: Does it matter for organizational performance in China?', *European Journal of Innovation Management*, 24(2), 507–532.

- Junaidi, 2023, 'UMKM Hebat, Perekonomian Meningkat, Sri Mulyani: Meminta semua Kementerian memperbaiki pengelolaan dana sektor UMKM.', (<https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4133-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html>).
- Kafetzopoulos, D. & Psomas, E., 2015, 'The impact of innovation capability on the performance of manufacturing companies the Greek case', *Journal of Manufacturing Technology Management*, 26(1), 104–130.
- Keskin, H., Ayar Şentürk, H., Tatoglu, E., Gölgeci, I., Kalaycioglu, O. & Etlioglu, H.T., 2021, 'The simultaneous effect of firm capabilities and competitive strategies on export performance: the role of competitive advantages and competitive intensity', *International Marketing Review*, 38(6), 1242–1266.
- Kiyabo, K. & Isaga, N., 2020, 'Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and SMEs' performance: application of firm growth and personal wealth measures', *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1).
- Kolbe, D., Frassetto, M. & Calderon, H., 2022, 'The role of market orientation and innovation capability in export performance of small- and medium-sized enterprises: a Latin American perspective', *Multinational Business Review*, 30(2), 289–312.
- Lathifa, D., 2023, '6 Perbedaan UKM dan UMKM yang Wajib Anda Ketahui', (<https://www.online-pajak.com/seputar-pph-final/perbedaan-ukm-umkm>).
- Lawson, B. & Samson, D., 2001, *DEVELOPING INNOVATION CAPABILITY IN ORGANISATIONS: A DYNAMIC CAPABILITIES APPROACH*, vol. 5.
- Lee, K. & Yoo, J., 2019, 'How does open innovation lead competitive advantage? A dynamic capability view perspective', *PLoS ONE*, 14(11).
- Matekenya, W. & Moyo, C., 2022, 'Innovation as a driver of SMME performance in South Africa: a quantile regression approach', *African Journal of Economic and Management Studies*.
- Otache, I., 2024, 'Innovation capability, strategic flexibility and SME performance: the roles of competitive advantage and competitive intensity', *African Journal of Economic and Management Studies*, 15(2), 248–262.
- Otache, I. & Usang, O.U.E., 2022, 'Innovation capability and SME performance in times of economic crisis: does government support moderate?', *African Journal of Economic and Management Studies*, 13(1), 76–88.
- Paas, L.J. & Morren, M., 2018, 'Please do not answer if you are reading this: Respondent attention in online panels. ', *Marketing Letters*, 29, 13–21.

- Perto, 2024, 'Omzet UMKM 2024 Turun karena Daya Beli Masyarakat Anjlok. ', (<https://telusur.co.id/detail/omzet-umkm-2024-turun-karena-daya-beli-masyarakat-anjlok>).
- Pisano, G.P., 2017, 'Toward a prescriptive theory of dynamic capabilities: Connecting strategic choice, learning, and competition', *Industrial and Corporate Change*, 26(5), 747–762.
- Rahmasari, L., 2021, 'Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, dan Kapabilitas Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Olahan Ikan di Semarang', *Jurnal Ilmiah Aset*, 23(1), 21–30.
- Rajapathirana, R.P.J. & Hui, Y., 2018, 'Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance', *Journal of Innovation and Knowledge*, 3(1), 44–55.
- Robertus, 2024, 'Peran UMKM RI Terhadap Ekonomi Terbesar se-ASEAN & G20, Sri Mulyani: UMKM memiliki peran besar dalam perekonomian. ', (<https://www.cnbcindonesia.com/research/20240307164553-128-520510/sri-mulyani-peran-umkm-ri-terhadap-ekonomi-terbesar-se-asean-g20>).
- Saunila, M., 2020, 'Innovation capability in SMEs: A systematic review of the literature', *Journal of Innovation and Knowledge*, 5(4), 260–265.
- Saunila, M., Pekkola, S. & Ukko, J., 2014, 'The relationship between innovation capability and performance: The moderating effect of measurement', *International Journal of Productivity and Performance Management*, 63(2), 234–249.
- Sekaran & Bougie, 2020, *Research Methods for Business*.
- Shafi, M., 2020, 'Sustainable development of micro firms: examining the effects of cooperation on handicraft firm's performance through innovation capability', *International Journal of Emerging Markets*.
- Sofyan, S., 2017, *PERAN UMKM (USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH) DALAM PEREKONOMIAN INDONESIA*, vol. 11.
- Tariq, A., Ehsan, S., Badir, Y.F., Memon, M.A. & Khan Sumbal, M.S.U., 2023, 'Does green process innovation affect a firm's financial risk? The moderating role of slack resources and competitive intensity', *European Journal of Innovation Management*, 26(4), 1168–1185.
- Tu, Y. & Wu, W., 2021, 'How does green innovation improve enterprises' competitive advantage? The role of organizational learning', *Sustainable Production and Consumption*, 26, 504–516.

- Umar, H. & Dikko, M.U., 2018, 'The effect of internal control on performance of commercial banks in Nigeria', *International Journal of Management Research*, 8(6), 13–32.
- Yuniarti, E., Fitriani, F., Puji Hartono, D. & Nurmala, N., 2022, 'Keunggulan Bersaing UMKM Industri Pangan di Bandar Lampung', *Journal of Food System and Agribusiness*, 93–101.
- Zainudin, M., Dan, S. & Sufian, S., no date, *ADAPTABILITAS LINGKUNGAN, STRATEGI DIFERENSIASI DAN STRATEGI EFESIENSI SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Apotek di Kota Semarang)*.
- Zatia Zatia, Fitri Kumalasari & Almansyah Rundu Wonua, 2023, 'Pengaruh Kapabilitas Dinamis Dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Keunggulan Kompetitif', *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(4), 176–188.
- Zhang, C. & Conrad, F., 2013, 'Speeding in web surveys: The tendency to answer very fast and its association with straightlining. ', 8, 127–135.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Bagian 1. Pembukaan

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i Pemilik atau Manajer (Pengelola) UMKM

Assalamu'alaikum wr. wb.

Perkenalkan, kami Tim Peneliti dari Universitas Islam Indonesia (UII), Yogyakarta, yang sedang meneliti peran kapabilitas inovasi dan fleksibilitas strategis dalam meningkatkan kinerja UMKM. Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan faktor-faktor penting yang dapat membantu meningkatkan kinerja UMKM secara efektif. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi para pelaku UMKM dalam meningkatkan kinerjanya.

Untuk itu, kami memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i mengisi kuesioner ini dalam waktu sekitar 3-5 menit. Kami sangat menghargai partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i, untuk itu, data yang terkumpul akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Jika ada hal-hal yang ingin disampaikan kepada Tim Peneliti, dimohon untuk menghubungi kami melalui kontak berikut:

Email: emir.ziedan@students.uii.ac.id (Emir) /

WhatsApp: 085974747759 (Emir)

Atas perhatian dan kesediaannya, diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Hormat kami,

Tim Peneliti:

Baziedy Aditya Darmawan

Emir Ziedan

Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

Bagian 2. Data Profil Responden

- 1) Nama usaha yang Anda kelola (boleh menggunakan inisial)
- 2) Jabatan Responden
 - Pemilik Usaha
 - Manajer/Pengelola Usaha
 - Manajer Cabang
- 3) Umur Usaha
 - 6 bulan-1 tahun
 - > 1-3 Tahun
 - > 3-5 Tahun
 - > 5-10 Tahun
- 4) Jenis Industri UMKM
 - Kuliner (Food and Beverage)
 - Ritel
 - Kecantikan/Kosmetik
 - Fesyen (Fashion)

- Furnitur (Mebel)
 - Agrobisnis
 - Teknologi
 - Otomotif
 - Kerajinan Tangan
 - Pengolahan
 - Peternakan
 - Pariwisata/Tur & Travel/Hiburan
 - Logistik/Transportasi
 - Jasa
- 5) Omzet (Total pendapatan dalam 1 tahun)
- $\leq$ 300 Juta Rupiah
 - > 300 Juta - 2,5 Miliar Rupiah
 - > 2,5 Miliar - 50 Miliar Rupiah
- 6) Jumlah Karyawan
- < 5 Orang
 - 5 - 19 Orang
 - 20 - 99 Orang
 - > 99 Orang

Bagian 3. Kapabilitas Inovasi

Silakan memberi respons atau tanggapan pada setiap pernyataan di bawah ini dengan memilih salah satu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan kondisi usaha yang Anda kelola, dengan keterangan skala sebagai berikut :

5 = Sangat Setuju

4 = Setuju

3 = Netral

2 = Tidak Setuju

1 = Sangat Tidak Setuju

Respons atau tanggapan yang Anda berikan menggambarkan sejauh mana Anda setuju atas setiap pernyataan di bawah ini.

Variabel	Kode	Indikator
Kapabilitas Inovasi Sumber: Diadaptasi dari Shafi (2020)	KI ₁	Usaha yang saya kelola sering mencoba ide-ide baru.
	KI ₂	Usaha yang saya kelola selalu mencari cara baru untuk melakukan sesuatu.
	KI ₃	Usaha yang saya kelola selalu kreatif dalam cara menjalankan bisnis.
	KI ₄	Usaha yang saya kelola mampu mengembangkan produk atau layanan baru.
	KI ₅	Usaha yang saya kelola sering menjadi yang pertama dalam memasarkan produk baru.

Bagian 4. Keunggulan Kompetitif

Silakan memberi respons atau tanggapan pada setiap pernyataan di bawah ini dengan memilih salah satu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan kondisi usaha yang Anda kelola, dengan keterangan skala sebagai berikut :

5 = Sangat Setuju

4 = Setuju

3 = Netral

2 = Tidak Setuju

1 = Sangat Tidak Setuju

Respons atau tanggapan yang Anda berikan menggambarkan sejauh mana Anda setuju atas setiap pernyataan di bawah ini.

Variabel	Kode	Indikator
Keunggulan kompetitif Sumber diadaptasi dari (Abeysekara et al., (2019)	KK ₁	Merek telah dikenal dengan sangat baik oleh para pelanggan.
	KK ₂	Usaha yang saya kelola memiliki reputasi yang kuat dalam hal kualitas.
	KK ₃	Pelanggan dapat dengan mudah membedakan produk/layanan dari usaha yang saya kelola, jika dibandingkan dengan produk/layanan dari pesaing.
	KK ₄	Pelanggan sangat setia terhadap produk dari usaha yang saya kelola..
	KK ₅	Usaha yang saya kelola memiliki hubungan yang erat dan jangka panjang dengan para pelanggan.
	KK ₆	Usaha yang saya kelola selalu menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Bagian 5. Kinerja UMKM

Silakan memberi respons atau tanggapan pada setiap pernyataan di bawah ini dengan memilih salah satu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan kondisi usaha yang Anda kelola, dengan keterangan skala sebagai berikut :

3 = Sangat Setuju

4 = Setuju

3 = Netral

2 = Tidak Setuju

1 = Sangat Tidak Setuju

Respons atau tanggapan yang Anda berikan menggambarkan sejauh mana Anda setuju atas setiap pernyataan di bawah ini.

Variabel	Kode	Indikator
Kinerja UMKM Sumber: Diadaptasi dari (Abeysekara et al., 2019)	K ₁	Usaha yang saya kelola mampu meningkatkan penjualan.
	K ₂	Usaha yang saya kelola mampu meningkatkan pangsa pasar.
	K ₃	Usaha yang saya kelola memiliki produk/layanan yang pangsa pasarnya cukup besar.
	K ₄	Usaha yang saya kelola mampu menghasilkan keuntungan dari setiap penjualan.
	K ₅	Secara umum, usaha yang saya kelola mampu memperoleh keuntungan sesuai yang ditargetkan.

Lampiran 2. Daftar Profil Responden

Nama Usaha	Jabatan Responden	Umur Usaha	Jenis Industri UMKM	Omzet (Total pendapatan dalam 1 tahun)	Jumlah Karyawan
UD. WINDI PUTRI	Pemilik Usaha	> 5 - 10 Tahun	Ritel	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
Kedai kedono kedini	Manajer / Pengelola Usaha	6 bulan - 1 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
	Pemilik Usaha	6 bulan - 1 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
Nisa	Pemilik Usaha	> 1-3 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	> 300 Juta - 2,5 Miliar Rupiah	5 - 19 Orang
Surya motor	Pemilik Usaha	> 3-5 Tahun	Otomotif	> 300 Juta - 2,5 Miliar Rupiah	< 5 Orang
	Manajer Cabang	6 bulan - 1 Tahun	Perangsang Ikan Tawar(Campuran Umpan Memancing untuk menambah nafsu ikan)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang

Nama Usaha	Jabatan Responden	Umur Usaha	Jenis Industri UMKM	Omzet (Total pendapatan dalam 1 tahun)	Jumlah Karyawan
Kerajinan kuningan dadibrass	Pemilik Usaha	> 10 Tahun	Kerajinan Tangan	> 2,5 Miliar - 50 Miliar Rupiah	20 - 99 Orang
	Karyawan	6 bulan - 1 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
Jempolan Coffee & Eatery	Manajer / Pengelola Usaha	> 1-3 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	≤ 300 Juta Rupiah	20 - 99 Orang
Kebab arsyilla	Pemilik Usaha	> 1-3 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
	Pemilik Usaha	> 1-3 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
Kelopion Wheels	Pemilik Usaha	6 bulan - 1 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
yummiee	Manajer / Pengelola Usaha	> 3-5 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	> 300 Juta - 2,5 Miliar Rupiah	5 - 19 Orang
	Manajer / Pengelola Usaha	> 5 - 10 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	> 300 Juta - 2,5 Miliar Rupiah	5 - 19 Orang

Nama Usaha	Jabatan Responden	Umur Usaha	Jenis Industri UMKM	Omzet (Total pendapatan dalam 1 tahun)	Jumlah Karyawan
toko kosmetik	Pemilik Usaha	6 bulan - 1 Tahun	Kecantikan/Kosmetik	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
	Pemilik Usaha	6 bulan - 1 Tahun	Fesyen (Fashion)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
	Manajer / Pengelola Usaha	6 bulan - 1 Tahun	Kecantikan/Kosmetik	≤ 300 Juta Rupiah	5 - 19 Orang
Primary supply	Pemilik Usaha	> 1-3 Tahun	Ritel	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
-	Pemilik Usaha	> 10 Tahun	Jasa	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
	Pemilik Usaha	> 1-3 Tahun	Jasa	> 300 Juta - 2,5 Miliar Rupiah	< 5 Orang
sul'snack	Pemilik Usaha	> 5 - 10 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
Warrior Footwear	Pemilik Usaha	> 5 - 10 Tahun	Fesyen (Fashion)	> 2,5 Miliar - 50 Miliar Rupiah	5 - 19 Orang
Tao dimsum	Pemilik Usaha	> 1-3 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang

Nama Usaha	Jabatan Responden	Umur Usaha	Jenis Industri UMKM	Omzet (Total pendapatan dalam 1 tahun)	Jumlah Karyawan
-	Manajer Cabang	> 3-5 Tahun	Fesyen (Fashion)	≤ 300 Juta Rupiah	5 - 19 Orang
	Pemilik Usaha	6 bulan - 1 Tahun	Kecantikan/Kosmetik	> 300 Juta - 2,5 Miliar Rupiah	5 - 19 Orang
Fatim	Manajer / Pengelola Usaha	6 bulan - 1 Tahun	Otomotif	≤ 300 Juta Rupiah	5 - 19 Orang
	Pemilik Usaha	6 bulan - 1 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
	Manajer / Pengelola Usaha	> 3-5 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
pitstop kopi cepat	Pemilik Usaha	6 bulan - 1 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
	Pemilik Usaha	> 1-3 Tahun	Kecantikan/Kosmetik	> 300 Juta - 2,5 Miliar Rupiah	5 - 19 Orang
	Pemilik Usaha	6 bulan - 1 Tahun	Jasa	≤ 300 Juta Rupiah	5 - 19 Orang
Lia fashion	Pemilik Usaha	> 3-5 Tahun	Fesyen (Fashion)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang

Nama Usaha	Jabatan Responden	Umur Usaha	Jenis Industri UMKM	Omzet (Total pendapatan dalam 1 tahun)	Jumlah Karyawan
runo dimsum	Pemilik Usaha	> 1-3 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
	Pemilik Usaha	> 1-3 Tahun	Jasa	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
	Pemilik Usaha	6 bulan - 1 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
Trondol Store	Pemilik Usaha	6 bulan - 1 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	> 300 Juta - 2,5 Miliar Rupiah	5 - 19 Orang
	Manajer Cabang	> 1-3 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
	Pemilik Usaha	> 3-5 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	> 300 Juta - 2,5 Miliar Rupiah	5 - 19 Orang
Laundry	Pemilik Usaha	> 1-3 Tahun	Jasa	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
	Manajer / Pengelola Usaha	> 1-3 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	> 300 Juta - 2,5 Miliar Rupiah	5 - 19 Orang
Nothing Funny ID	Pemilik Usaha	> 3-5 Tahun	Fesyen (Fashion)	> 300 Juta - 2,5 Miliar Rupiah	< 5 Orang

Nama Usaha	Jabatan Responden	Umur Usaha	Jenis Industri UMKM	Omzet (Total pendapatan dalam 1 tahun)	Jumlah Karyawan
	Pemilik Usaha	> 3-5 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	> 300 Juta - 2,5 Miliar Rupiah	5 - 19 Orang
Kosan dan Ternak Burung	Manajer / Pengelola Usaha	> 5 - 10 Tahun	Jasa	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
	Pemilik Usaha	> 3-5 Tahun	Kecantikan/Kosmetik	> 300 Juta - 2,5 Miliar Rupiah	5 - 19 Orang
-	Manajer / Pengelola Usaha	> 1-3 Tahun	Ritel	≤ 300 Juta Rupiah	5 - 19 Orang
Tarik and Roll	Pemilik Usaha	6 bulan - 1 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
-	Pemilik Usaha	> 1-3 Tahun	Agrobisnis	≤ 300 Juta Rupiah	5 - 19 Orang
JFF	Pemilik Usaha	6 bulan - 1 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
	Manajer / Pengelola Usaha	> 1-3 Tahun	Agrobisnis	≤ 300 Juta Rupiah	5 - 19 Orang

Nama Usaha	Jabatan Responden	Umur Usaha	Jenis Industri UMKM	Omzet (Total pendapatan dalam 1 tahun)	Jumlah Karyawan
	Pemilik Usaha	> 3-5 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	> 300 Juta - 2,5 Miliar Rupiah	20 - 99 Orang
MobSub	Pemilik Usaha	> 1-3 Tahun	Teknologi	> 300 Juta - 2,5 Miliar Rupiah	5 - 19 Orang
	Pemilik Usaha	> 3-5 Tahun	Fesyen (Fashion)	> 300 Juta - 2,5 Miliar Rupiah	20 - 99 Orang
chococips	Pemilik Usaha	> 1-3 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	> 300 Juta - 2,5 Miliar Rupiah	5 - 19 Orang
-	Pemilik Usaha	> 5 - 10 Tahun	Pengolahan	> 300 Juta - 2,5 Miliar Rupiah	< 5 Orang
	Pemilik Usaha	> 3-5 Tahun	Furnitur (Mebel)	> 2,5 Miliar - 50 Miliar Rupiah	> 99 Orang
-	Manajer / Pengelola Usaha	6 bulan - 1 Tahun	Logistik/Transportasi	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
Wowffle	Pemilik Usaha	6 bulan - 1 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang

Nama Usaha	Jabatan Responden	Umur Usaha	Jenis Industri UMKM	Omzet (Total pendapatan dalam 1 tahun)	Jumlah Karyawan
ST	Manajer Cabang	6 bulan - 1 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
	Pemilik Usaha	6 bulan - 1 Tahun	Fesyen (Fashion)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
Sekaigen Indonesia	Pemilik Usaha	> 1-3 Tahun	Fesyen (Fashion)	≤ 300 Juta Rupiah	5 - 19 Orang
	Pemilik Usaha	> 5 - 10 Tahun	Kerajinan Tangan	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang
Chaco coffee	Pemilik Usaha	> 5 - 10 Tahun	Kuliner (Food and Beverage)	≤ 300 Juta Rupiah	< 5 Orang

1) Kapabilitas Inovasi

KI₁	KI₂	KI₃	KI₄	KI₅
4	5	5	5	5
4	4	4	4	3
5	5	5	5	5
4	4	4	3	3
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	5	5	4	5
5	5	5	5	3

KI₁	KI₂	KI₃	KI₄	KI₅
4	5	5	4	5
5	5	5	5	3
4	4	4	4	3
4	5	4	4	5
5	4	5	4	5
4	5	5	5	4
5	4	5	5	4
3	4	3	3	3
4	5	4	5	4
5	4	4	5	4
4	5	4	4	3
5	4	4	5	5
3	3	1	2	3
5	5	5	4	3
5	5	4	4	4
5	5	5	5	3
4	5	4	4	5
5	5	4	4	5
2	4	4	4	3
5	5	4	4	4
4	3	4	4	5
4	4	5	5	5
4	4	5	5	5
3	5	5	5	4
4	4	4	5	4
4	5	4	4	3
4	4	3	3	3
4	4	3	3	2
3	4	2	5	3

KI₁	KI₂	KI₃	KI₄	KI₅
5	4	3	4	5
5	4	4	4	3
5	5	4	4	3
5	5	5	4	3
4	5	4	4	3
4	5	3	4	5
4	4	5	4	4
5	3	4	5	5
4	3	3	4	4
3	3	3	4	2
4	5	3	4	5
4	5	5	4	3
4	3	3	4	4
5	4	3	4	3
4	3	4	5	5
4	5	3	4	4
5	5	4	3	4
3	5	4	4	3
5	5	4	4	3
5	3	4	5	3
4	4	3	3	2
4	5	4	2	4
3	4	4	3	1
5	5	5	5	3
3	4	5	5	3
3	4	2	5	3
3	4	3	4	5
5	4	4	5	5
5	4	3	3	2

KI₁	KI₂	KI₃	KI₄	KI₅
5	4	5	5	3
3	5	4	3	2
2	4	5	5	4
5	5	5	5	1
4	5	3	3	3
4	2	4	3	2
3	5	5	4	2
3	3	5	2	3
5	4	5	5	3
3	5	3	3	3
3	3	2	2	2
3	2	4	5	2
2	3	2	3	1
5	5	5	5	2
5	3	5	2	2
4	5	3	4	1

2) **Keunggulan Kompetitif**

KK₁	KK₂	KK₃	KK₄	KK₅	KK₆
4	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4

KK₁	KK₂	KK₃	KK₄	KK₅	KK₆
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3
5	5	5	5	4	4
4	4	4	5	5	5
5	4	5	4	4	5
4	5	5	4	4	5
4	4	4	4	3	3
5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	5	4
5	4	4	4	4	5
4	4	5	4	4	4
3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	3	3
5	5	5	4	5	5
5	5	4	4	5	4
4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	4
4	4	4	4	4	3
4	4	5	5	5	5
4	4	5	5	4	5
5	5	4	4	3	3
3	4	4	4	5	4
4	5	4	5	5	5
3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4

KK ₁	KK ₂	KK ₃	KK ₄	KK ₅	KK ₆
4	5	5	3	4	5
4	3	5	5	4	4
3	4	4	4	4	4
4	4	3	5	5	4
5	3	5	4	5	4
5	5	4	5	5	5
5	5	3	5	4	5
5	4	4	3	5	5
3	4	3	3	3	2
4	5	3	4	5	4
3	5	5	3	5	4
5	4	4	3	3	5
5	4	5	5	4	3
3	4	5	5	5	4
5	5	4	5	3	4
4	5	5	4	4	5
5	5	5	4	5	5
3	3	3	5	5	4
4	5	4	5	3	5
5	5	5	4	4	3
4	5	4	5	3	4
2	3	3	3	3	4
3	4	3	4	5	4
5	5	4	4	4	3
5	4	4	5	5	5
5	5	3	4	5	5
5	4	4	5	3	3
5	4	4	5	4	4
5	5	3	3	3	3

KK₁	KK₂	KK₃	KK₄	KK₅	KK₆
5	4	3	2	3	4
4	5	4	5	5	2
5	5	5	5	5	5
4	5	4	2	2	4
4	5	3	4	5	5
3	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	3
5	5	4	4	2	2
5	5	2	5	5	5
3	4	4	5	4	5
3	2	5	4	5	3
4	4	3	5	5	5
3	3	4	3	2	2
4	5	5	4	1	1
2	4	2	5	5	5

3) Kinerja UMKM

K₁	K₂	K₃	K₄	K₅
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	4	4	5	5
4	4	4	4	3
5	4	4	4	5
4	4	4	4	4
4	5	5	5	4
5	5	5	5	5
4	4	4	5	5
5	5	5	5	5

K ₁	K ₂	K ₃	K ₄	K ₅
5	4	3	4	4
4	4	4	5	4
5	4	5	5	4
5	4	5	4	5
5	4	5	5	4
4	4	4	4	3
4	5	5	4	4
5	5	5	4	4
5	4	4	4	4
4	4	4	4	3
3	3	3	3	3
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	4	5	5
4	3	4	5	4
4	5	4	3	4
4	4	4	5	4
4	5	3	4	5
5	5	5	4	5
5	5	5	5	5
4	3	4	5	4
4	5	5	5	4
5	4	4	4	5
5	4	4	5	5
4	4	4	4	4
3	3	5	4	3
4	3	4	3	4
4	5	3	4	5
5	4	5	4	5

K ₁	K ₂	K ₃	K ₄	K ₅
4	4	5	5	5
5	5	5	5	4
5	5	5	5	5
5	5	4	4	5
5	4	5	3	3
5	5	4	4	4
5	4	3	4	4
4	3	3	5	3
5	4	5	3	4
4	4	4	4	5
4	5	3	4	5
4	4	5	5	5
4	5	3	5	4
5	3	4	5	5
5	4	5	3	3
5	4	4	5	3
4	4	3	3	4
4	5	3	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	5	3
3	3	4	4	4
4	4	3	3	3
5	5	5	5	3
4	4	5	4	4
4	5	3	5	3
5	4	2	4	5
5	5	4	5	5
5	5	5	5	4
3	4	3	4	2

K ₁	K ₂	K ₃	K ₄	K ₅
5	5	4	5	4
5	5	5	5	5
3	2	2	4	4
5	3	4	5	3
4	3	3	3	5
5	5	4	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	5	5	5	5
3	5	5	3	5
3	3	2	4	4
4	2	3	4	2
4	3	4	4	4
4	1	2	4	1

Lampiran 3. Uji Model Pengukuran (Outer Model) di SmartPLS 3

1) Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Outer loadings

	Keunggulan Kompetitif	Kapabilitas Inovasi	Kinerja UMKM
CA1	0,801		
CA2	0,679		
CA3	0,707		
IC3		0,760	
IC4		0,765	

	Keunggulan Kompetitif	Kapabilitas Inovasi	Kinerja UMKM
IC5		0,716	
P1			0,769
P2			0,799
P3			0,690
P5			0,716

2) Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Fornell-Larcker Criterion

	Competitive Advantage	Innovation Capability	Performance
Competitive Advantage	0,731		
Innovation Capability	0,472	0,747	
Performance	0,544	0,479	0,745

3) Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite Reliability (rho_c)	Average Variance Extracted (AVE)
Competitive Advantage	0.565	0.569	0.774	0.534

	Cronbach's Alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite Reliability (rho_c)	Average Variance Extracted (AVE)
Innovation Capability	0.608	0.604	0.791	0.559
Performance	0.734	0.749	0.832	0.554

Lampiran 4. Uji Model Struktural (Inner Model) di SmartPLS 3

1) *Collinearity VIF*

	Keunggulan Kompetitif	Kapabilitas Inovasi	Kinerja UMKM
Keunggulan Kompetitif			1.286
Kapabilitas Inovasi			1.286
Kinerja UMKM	1.000		

2) *R-square*

	R Square	R Square Adjusted
Keunggulan Kompetitif	0.223	0.213
Kinerja UMKM	0.359	0.343

3) Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Keunggulan Kompetitif -> Kinerja UMKM	0.409	0.421	0.110	3.726	0.000
Kapabilitas Inovasi -> Keunggulan Kompetitif	0.472	0.481	0.095	4.953	0.000
Kapabilitas Inovasi -> Kinerja UMKM	0.286	0.289	0.127	2.247	0.025
Kapabilitas Inovasi -> Keunggulan Kompetitif -> Kinerja UMKM	0.193	0.203	0.069	2.780	0.006