

**Pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler Terhadap Kapabilitas
Dinamis bagi UMKM di Yogyakarta**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Nama	: Muhammad Hilmy Makarim
Nomor Mahasiswa	: 18311205
Program Studi	: Manajemen
Bidang Peminatan	: Operasi

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

2022

**Pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler Terhadap Kapabilitas Dinamis bagi
UMKM di Yogyakarta**

SKRIPSI

disusun 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 : Muhammad HilmyMakarim

Nomor Mahasiswa : 18311205

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
YOGYAKARTA
2022**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Laporan Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis 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”

Yogyakarta, 4 Juli 2022

Penulis,

(Materai)

Muhammad Hilmy Makarim

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler Terhadap Kapabilitas Dinamis bagi
UMKM di Yogyakarta

Nama : Muhammad Hilmy Makarim

Nomor Mahasiswa : 18311205

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 11 November 2022

Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,

Siti Nursyamsiah, Dra., MM.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL
**PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI SELULER TERHADAP
KAPABILITAS DINAMIS BAGI UMKM DI YOGYAKARTA**

Disusun Oleh : Muhammad Hilmy Makarim

Nomor Mahasiswa : 18311205

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan -----

pada hari, tanggal:

Penguji / pembimbing Skripsi : Siti Nursyamsiah, Dra., MM.

Penguji 1 : Mochamad Nasito, Drs., MM., CPMPM

Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

Prof. Jaka Sriyana, SE., M. Si, Ph. D

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, dan karunia-Nya kepada seluruh alam sehingga kita dapat menjalankan kehidupan ini dengan penuh keberkahan, serta kepada Nabi Agung Muhammad SAW yang telah memberi pencerahan bagi umat muslim di dunia sehingga saya mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **“Pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler Terhadap Kapabilitas Dinamis bagi UMKM di Yogyakarta”** di mana disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 pada Program Studi Manajemen.

Disini saya menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan tak lepas dari jasa-jasa serta bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang turut hadir dalam proses penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Allah SWT yang telah meridhoi saya untuk dapat mengerjakan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
2. Ibu Siti Nursyamsiah, Dra., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sangat berjasa dalam menuntun saya dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ayah, Alm. Herry Fitrianto yang telah memberi doa serta dukungan baik secara moral, finansial, dan wawasan.
4. Ibu, Ena Rufaida yang memberi doa serta motivasi untuk mengerjakan tugas akhir ini.
5. Bapak Fathul Wahid. S.T., M. Sc., Ph. D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia

6. Bapak Prof. Jaka Sriyana S.E., MHRM., Ph. D. selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Teman-teman dan sahabat-sahabat saya selama masa perkuliahan.
8. Seluruh responden dan semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih mengandung banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan baik secara penulisan maupun lainnya. Penulis dengan senang hati mendapat komentar dan juga saran agar penulis dapat menjadi lebih baik lagi.

Akhir kata, dengan adanya skripsi ini penulis berharap dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak di saat ini serta di kemudian hari.

Sekian, *Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Yogyakarta, 6 Januari 2023

Penulis,



Muhammad Hilmy Makarim NIM. 18311205

ABSTRAK

Teknologi yang berkembang secara eksponensial mengubah lingkungan bisnis menjadi jauh lebih dinamis. Hal ini ditandai dengan semakin cepatnya *trend* yang berubah di dunia. Pasar yang dinamis ini meningkatkan tingkat persaingan dalam bisnis, yang mana memberikan para pelaku bisnis sebuah peluang sekaligus ancaman baru. Pelaku bisnis pun kini dituntut untuk dapat menyesuaikan proses bisnisnya dengan berbagai perubahan yang ada. Meski begitu di saat yang sama teknologi informasi juga semakin mudah dijangkau dan dioperasikan, para pelaku bisnis dapat mengimplementasikan teknologi-teknologi tersebut kedalam proses bisnisnya. Hal tersebut termasuk upaya pelaku bisnis untuk meningkatkan kapabilitas dinamis pada bisnisnya, demi dapat bertahan dari lingkungan bisnis yang sangat dinamis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana pengaruh penggunaan aplikasi seluler terhadap kapabilitas dinamis bagi UMKM di Yogyakarta. Objek penelitian ini adalah UMKM yang berbisnis di Yogyakarta. Penelitian ini diuji menggunakan SEM dengan 240 UMKM sebagai responden yang dipilih dengan *non-probability convenient sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kapabilitas dinamis, dan juga berpengaruh positif terhadap maksimalisasi peluang (yang didalamnya terdiri dari 3 elemen mikro kapabilitas dinamis), dan kapabilitas dinamis berpengaruh positif terhadap maksimalisasi peluang.

Kata Kunci: Kapabilitas Dinamis, Aplikasi Seluler, UMKM, Teknologi Informasi.

ABSTRACT

The technology is growth exponentially which changes the business environment to become more dynamic. It can be noticed by the rapidly changing trends. This very dynamic market increases the level of competition in businesses, which provides them with new opportunities as well as threats. Business managers are now required to be able to adapt their business processes to the various changes that happen. But in the other hand, the information technology is also getting easier to reach an operated, business managers can implement these techs into their business process. This is an attempt to increase the dynamic capabilities of their business, in order to survive from a very dynamic business environment. The objective of this study is to analyze the influence of mobile apps usage on dynamic capabilities for MSMEs in Yogyakarta. The object of this study are MSMEs in Yogyakarta. This study was tested by using SEM (Structural Equation Modelling) with 240 samples of MSMEs which selected by non-probability convenient sampling. The results of this study show that the mobile apps usage positively affect MSMEs dynamic capabilities, MSMEs dynamic capabilities positively affect opportunity maximalization, and mobile apps usage positively affect opportunity maximalization.

Keywords: Dynamic Capability, Mobile Apps, MSMEs, Information Technology.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler Terhadap Kapabilitas Dinamis bagi UMKM di Yogyakarta	II
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	III
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI.....	V
KATA PENGANTAR	VI
ABSTRAK	VIII
ABSTRACT.....	IX
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR GAMBAR	XIV
BAB I 1	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II 7	
KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Penggunaan Aplikasi Seluler oleh UMKM	7
2.1.2 Inovasi	7
2.1.3 Teori Kapabilitas Dinamis.....	8
2.1.4 Elemen Mikro Kapabilitas Dinamis: <i>Sensing, Shaping dan Seizing Peluang</i>	10
2.2. Penelitian Terdahulu	10
2.3 Perumusan Hipotesis.....	12
2.3.1 Hubungan Antara Penggunaan Aplikasi Seluler dengan Kapabilitas Dinamis	12

2.3.2 Hubungan Antara Kapabilitas Dinamis dengan Elemen Mikro Kapabilitas Dinamis	14
2.3.3 Hubungan Antara Penggunaan Aplikasi Seluler dengan Elemen Mikro Kapabilitas Dinamis	15
2.4 Kerangka Penelitian	16
2.5. UMKM.....	18
BAB 3 19	
METODE PENELITIAN.....	19
3.1. Lokasi Penelitian.....	19
3.2. Populasi dan Sampel	19
3.2.1. Populasi	19
3.2.2. Sampel	19
3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	20
3.3.1 Variabel Independen.....	20
3.3.2 Variabel Laten	21
3.3.3 Variabel Dependen	22
3.4. Jenis dan Metode Pengumpulan Data	24
3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	24
3.5.1. Uji Validitas.....	25
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	25
3.6. Metode Analisis Data.....	25
3.6.1 Analisis Deskriptif	25
3.6.2 Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	30
3.6.3 Uji Hipotesis	30
BAB IV 31	
ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Analisis Deskriptif Responden.....	31
4.1.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
4.1.2 Responden berdasarkan Usia	32
4.1.3 Responden berdasarkan Pendidikan	33
4.1.4 Responden berdasarkan Sektor UMKM	33
4.1.5 Responden berdasarkan Jumlah Modal	34
4.1.6 Responden berdasarkan Usia UMKM	35
4.1.7 Responden berdasarkan Ukuran UMKM.....	36
4.1.8 Responden berdasarkan Status.....	36
4.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	37
4.2.1 Deskriptif Variabel Penggunaan Aplikasi Seluler	38

4.2.2 Deskriptif Variabel Kapabilitas Absorptif	40
4.2.3 Deskriptif Variabel Kapabilitas Adaptif	41
4.2.4 Deskriptif Variabel Kapabilitas Inovatif.....	42
4.2.5 Deskriptif Variabel Kapabilitas Sensing Peluang.....	43
4.2.6 Deskriptif Variabel Kapabilitas Shaping Peluang	44
4.2.7 Deskriptif Variabel Kapabilitas Seizing Peluang	45
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Penelitian	46
4.4 Analisis Data SEM.....	48
4.5 Pembahasan.....	65
BAB V 77	
KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Implikasi Manajerial	78
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	79
5.4 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN 1. KUESIONER	85
LAMPIRAN 2. TABULASI DATA	92

DAFTAR TABEL

BAB III

Tabel 3. 1 Tabel Pilihan Indikator Kuesioner	24
Tabel 3. 2 Tabel Indeks Pengujian Kelayakan Model	29
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	31
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	32
Tabel 4. 3 Pendidikan Responden.....	33
Tabel 4. 4 Sektor UMKM	34
Tabel 4. 5 Jumlah Modal UMKM.....	35
Tabel 4. 6 Jumlah Usia UMKM.....	35
Tabel 4. 7 Jumlah Ukuran UMKM	36
Tabel 4. 8 Jumlah Status Responden.....	37
Tabel 4. 9 Interval Penilaian	38
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Deskriptif Penggunaan Aplikasi Seluler	38
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Deskriptif Kapabilitas Absorptif	40
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Deskriptif Kapabilitas Adaptif	41
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Deskriptif Kapabilitas Inovatif	42
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Deskriptif Kapabilitas Sensing Peluang	43
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Deskriptif Kapabilitas Shaping Peluang.....	44
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Deskriptif Kapabilitas Seizing Peluang.....	45
Tabel 4. 17 Uji Validitas dan Reliabilitas Masing-Masing Variabel.....	46
Tabel 4. 18 Uji Normalitas.....	51
Tabel 4. 19 Uji Outlier	53
Tabel 4. 20 Computation of Degrees Freedom (Default Model)	54
Tabel 4. 21 Hasil Uji Goodness of Fit Indeks.....	54
Tabel 4. 22 Hasil Uji Hipotesis	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	17
Gambar 4. 1 Gambar Diagram Jalur	49
Gambar 4. 2 Gambar Model Persamaan Struktural	50



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era revolusi industri 4.0 teknologi informasi mengalami perkembangan yang semakin pesat. Perkembangan teknologi informasi yang pesat di saat ini salah satunya berbentuk aplikasi-aplikasi di perangkat pintar yang dapat memudahkan banyak jenis pekerjaan. UMKM-UMKM di Indonesia juga sudah mulai mengadopsi teknologi informasi untuk pengembangan bisnisnya, teknologi informasi yang dimaksud tak terkecuali aplikasi seluler atau aplikasi yang dapat *diinstall* dan digunakan di perangkat pintar.

Adopsi ICT atau teknologi informasi bagi UMKM di Indonesia juga tampak semakin pesat. Beberapa aplikasi yang paling mainstream digunakan oleh para UMKM di Indonesia diantaranya adalah: GoFood, Grab Food, Shopee/Shopee Food, Tokopedia, Bukalapak, Facebook, dan Instagram. Meski diluar itu, masih terdapat berbagai aplikasi seluler lain yang mereka gunakan untuk mendukung bisnisnya seperti aplikasi-aplikasi untuk melakukan e-mail *blast*/email marketing kepada para konsumennya, aplikasi-aplikasi untuk menerima pembayaran secara digital (seperti QRIS, GoPay, OVO, ShopeePay, LinkAja), hingga aplikasi perpesanan seperti Whatsapp for Business untuk menjalin komunikasi dengan para konsumennya. Pertumbuhan penggunaan aplikasi-aplikasi tersebut sangatlah pesat di Indonesia. Bahkan menurut McKinsey and Company Indonesia memiliki peluang yang sangat besar yang didorong oleh aktivitas digital. Peluang digital tersebut akan bernilai 150 miliar Dollar pada 2025 (Das et al., 2016).

Aplikasi GoFood sendiri memiliki penambahan UMKM mitra yang sangat signifikan, pada periode 2020 tercatat ada sekitar 250.000 bisnis kuliner baru yang menjadi mitra GoFood. Disamping itu, GoFood telah melaporkan bahwa

pendapatan para UMKM yang menjadi mitranya naik rata-rata 700% di kisaran tahun 2020-2021 (Timorria, 2021). Sedangkan di Grab Food restoran dan pedagang makanan-minuman yang menjadi mitra Grab Food memiliki rata-rata pendapatan harian yang lebih tinggi ketimbang restoran dan pedagang makanan-minuman yang menjadi mitra di GoFood, hal ini dikarenakan Grab Food menjadi aplikasi pesan-antar makanan yang paling banyak digunakan oleh para UMKM F&B di Indonesia. Menurut riset yang dilakukan oleh SnapChart Grab Food memiliki popularitas tertinggi yaitu 82%, sedangkan GoFood 71% dan ShopeeFood 28% (Faizal, 2021).

Aplikasi-aplikasi ini dapat dimanfaatkan para UMKM untuk meningkatkan kapabilitas dinamisnya. Dengan meningkatkan kapabilitas dinamisnya, UMKM dapat meningkatkan keunggulan kompetitif bagi bisnisnya di lingkungan bisnis yang tidak stabil ini (Helfat et al., 2007; Kuria & Kitenga, 2014).

Kapabilitas dinamis bagi UMKM sangat diperlukan untuk keberlangsungan atau bahkan pertumbuhan perusahaan tersebut. Dikarenakan lingkungan bisnis saat ini sangatlah dinamis dan cepat untuk berubah. UMKM dengan kapabilitas dinamis dapat mampu menghadapi lingkungan bisnis yang dinamis dengan lebih mudah. Kapabilitas dinamis sendiri merupakan sebuah konsep di bidang pengelolaan bisnis yang muncul di beberapa dekade terakhir (Teece, 2016). Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Anjar Priyono et al., (2019) kapabilitas dinamis sendiri pada dasarnya terdiri dari tiga elemen utama yaitu *sense*, *seize*, dan *reconfigure (shape)* (Teece et al., 1997). Kapabilitas dinamis akan membantu suatu perusahaan dalam menghadapi lingkungan bisnis yang cepat berubah. Perusahaan/UMKM dengan kapabilitas dinamis akan mampu untuk melakukan aktifitas dimana mereka akan mengidentifikasi perubahan di lingkungan sekitarnya (*sensing*), kemudian data terkait perubahan tersebut dikonversikan kedalam aktifitas rutin (*seizing*), hingga pada akhirnya perusahaan tersebut mampu bertransformasi mengikuti kondisi yang baru tersebut (*shaping*) secara konstan (Teece et al., 1997).

Dari ketiga elemen kapabilitas dinamis yang telah disebutkan diatas (*sensing*, *seizing*, dan *shaping*) dapat dikembangkan menjadi tiga dimensi, yaitu: kapabilitas adaptif, kapabilitas absorptif dan kapabilitas inovatif (Wang & Ahmed, 2007). Dimensi yang pertama adalah kapabilitas absorptif, yaitu kemampuan UMKM dalam menilai, mengasimilasi, dan menerapkan pengetahuan baru kedalam bisnisnya (Saeedi, 2014). Sedangkan dimensi yang kedua adalah kapabilitas adaptif, yaitu kemampuan UMKM dalam memodifikasi proses bisnisnya sesuai dengan kondisi pasar yang berubah-ubah (Wang & Ahmed, 2007). Serta dimensi yang terakhir adalah kapabilitas inovatif, yaitu kemampuan UMKM dalam mengembangkan inovasi produk/jasa nya, menerapkan proses bisnis yang baru dan mengubah risiko menjadi peluang (William et al., 2008). Penelitian ini berfokus pada menguji dampak penggunaan aplikasi seluler oleh UMKM terhadap pemaksimalan peluang, baik secara langsung maupun melalui peningkatan ketiga dimensi kapabilitas dinamis terlebih dahulu.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, maka permasalahan yang terdapat pada penelitian ini adalah:

1. Apakah penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kapabilitas adaptif bagi UMKM di Yogyakarta?
2. Apakah penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kapabilitas absorptif bagi UMKM di Yogyakarta?
3. Apakah penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kapabilitas inovatif bagi UMKM di Yogyakarta?
4. Apakah kapabilitas absorptif berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *sensing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta?
5. Apakah kapabilitas absorptif berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *shaping* peluang bagi UMKM di Yogyakarta?
6. Apakah kapabilitas absorptif berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *seizing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta?

7. Apakah kapabilitas adaptif berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *sensing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta?
8. Apakah kapabilitas adaptif berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *shaping* peluang bagi UMKM di Yogyakarta?
9. Apakah kapabilitas adaptif berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *seizing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta?
10. Apakah kapabilitas inovatif berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *sensing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta?
11. Apakah kapabilitas inovatif berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *shaping* peluang bagi UMKM di Yogyakarta?
12. Apakah kapabilitas inovatif berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *seizing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta?
13. Apakah penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *sensing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta?
14. Apakah penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *shaping* peluang bagi UMKM di Yogyakarta?
15. Apakah penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *seizing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Sejalan dibawah rumusan masalah, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji apakah penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kapabilitas adaptif bagi UMKM di Yogyakarta.
2. Untuk menguji apakah penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kapabilitas absorptif bagi UMKM di Yogyakarta.
3. Untuk menguji apakah penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kapabilitas inovatif bagi UMKM di Yogyakarta.
4. Untuk menguji apakah kapabilitas absorptif berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *sensing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.

5. Untuk menguji apakah kapabilitas absorptif berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *shaping* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.
6. Untuk menguji apakah kapabilitas absorptif berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *seizing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.
7. Untuk menguji apakah kapabilitas adaptif berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *sensing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.
8. Untuk menguji apakah kapabilitas adaptif berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *shaping* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.
9. Untuk menguji apakah kapabilitas adaptif berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *seizing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.
10. Untuk menguji apakah kapabilitas inovatif berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *sensing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.
11. Untuk menguji apakah kapabilitas inovatif berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *shaping* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.
12. Untuk menguji apakah kapabilitas inovatif berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *seizing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.
13. Untuk menguji apakah penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *sensing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.
14. Untuk menguji apakah penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *shaping* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.
15. Untuk menguji apakah penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kemampuan untuk *seizing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan dijalankannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya:

1. Manfaat Praktis
 - a) Manfaat bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengalaman bagi peneliti untuk memperdalam pengetahuan di bidang manajemen operasi,

terutama terkait topik kapabilitas dinamis. Penelitian ini juga sebagai upaya bagi peneliti dalam menambah wawasan terkait proses bisnis yang terjadi di UMKM. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi implementasi dari ilmu-ilmu yang didapat oleh peneliti selama menjalani masa perkuliahan.

b) Manfaat bagi UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan baru bagi para UMKM dalam menjalankan bisnisnya dengan lebih memahami kapabilitas dinamis serta pemanfaatan teknologi terbaru dalam meningkatkan keunggulan bersaingnya.

c) Manfaat bagi pemerintah

Penelitian ini dapat dijadikan pemerintah sebagai salah satu wawasan untuk dapat membantu memfasilitasi UMKM-UMKM dalam meningkatkan produktifitas mereka. Serta dapat menjadi acuan tambahan dalam membuat regulasi.

2. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi ilmu pengetahuan baru di bidang manajemen bisnis, khususnya di bidang manajemen operasi bisnis. Selain itu, temuan yang didapat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan untuk penelitian-penelitian berikutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Penggunaan Aplikasi Seluler oleh UMKM

Saat ini telah terdapat beragam jenis aplikasi seluler yang dapat digunakan oleh UMKM dalam meningkatkan kapabilitasnya, jenis-jenis aplikasi seluler diantaranya adalah aplikasi sosial media (seperti Facebook, Instagram, Youtube, Twitter), aplikasi travel/perjalanan (seperti Gojek, Grab, Google Maps), aplikasi *e-commerce* (seperti GoFood, Shopee Food, Grab Food, Tokopedia) dan aplikasi produktivitas (seperti Onenote, Evernote, Microsoft To Do). Jadi, pada dasarnya aplikasi seluler adalah program yang terinstall dan digunakan menggunakan perangkat seluler seperti smartphone ataupun tablet. Aplikasi seluler biasanya mengandalkan jaringan internet dalam penggunaannya.

Dampak yang dihasilkan dari penggunaan aplikasi seluler sangat signifikan bagi UMKM, terutama bagi proses bisnisnya seperti pemasaran, sales, penyimpanan data, customer service, pencatatan keuangan dan manajemen pesanan (Quade & Leimstoll, 2015). Menggunakan aplikasi seluler bagi UMKM dapat meningkatkan pendapatan hingga 700% (Timorria, 2021).

2.1.2 Inovasi

Inovasi dapat didefinisikan dengan beragam, sesuai dengan perspektif yang digunakan. Secara garis besar Inovasi adalah gagasan maupun ide baru yang sebelumnya belum pernah ada. Sejauh ini telah terdapat berbagai tokoh yang mencoba untuk mendeskripsikan inovasi. Diantaranya adalah Everett M. Rogers yang berpendapat bahwa inovasi adalah sebuah ide, gagasan, objek maupun praktik baru yang melandasi dan dapat diterima oleh suatu individu maupun kelompok sebagai sesuatu hal yang baru, serta dapat diadopsi dan diterapkan.

Sementara dari hasil yang didapatkan oleh penelitian Sudrajat (2013), menunjukkan bahwa kinerja inovasi sangat dipengaruhi oleh kapabilitas dinamis, yang direpresentasikan oleh kapabilitas adaptif, kapabilitas absorptif, dan

kapabilitas inovatif. Dimana perusahaan-perusahaan yang ia teliti meningkatkan inovasinya dengan menjadikan kapabilitas dinamis sebagai pusat *development*-nya, yang pada akhirnya menghasilkan peningkatan penciptaan produk serta jasa baru.

Sedangkan menurut Michael Watchman (1990), Inovasi adalah metode dari suatu perusahaan untuk dapat mencapai keunggulan kompetitifnya. Sedangkan menurut Henry Mintzberg (1994) Inovasi adalah variabel inti suatu perusahaan dalam upaya *value creation*-nya dan upaya untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Lingkungan bisnis yang sangat dinamis mampu mempersulit perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, hal itu menyebabkan dibutuhkannya keunggulan kompetitif serta jiwa kompetitif supaya perusahaan dapat tetap bertahan di pasar. Untuk mengupayakan terciptanya hal tersebut, perusahaan perlu untuk mempersiapkan barang maupun jasa yang mereka tawarkan mampu disediakan dengan lebih cepat dibanding para pesaing serta memiliki kualitas yang lebih unggul (Boyd & Bresser, 2008)

Inovasi pada suatu bisnis dapat diklasifikasikan menjadi 4 jenis, yaitu: Inovasi produk, Inovasi Pemasaran, Inovasi Proses, dan Inovasi Operasional.

2.1.3 Teori Kapabilitas Dinamis

Kapabilitas dinamis adalah kemampuan suatu perusahaan dalam mengatur dan mengelola sumber daya yang dimilikinya untuk menciptakan *value* dalam lingkungan bisnis yang berubah begitu cepat (dinamis) (Teece et al., 1994).

Kerangka kerja kapabilitas dinamis dapat memberikan wawasan teoritis bagi organisasi maupun individu dan kemampuan mereka untuk tetap relevan dengan berbagai perubahan yang terjadi di lingkungan bisnisnya. Dengan kata lain, kapabilitas dinamis adalah kemampuan perusahaan untuk mengintegrasikan, merekonfigurasi, memperbarui dan membuat kembali sumber daya serta kapabilitas mereka secara terus menerus (Wang & Ahmed, 2007). Sedangkan menurut penelitian oleh M. Faizal et al., (2012) kapabilitas dinamis dapat menghasilkan perubahan dan/atau sumber daya dengan tujuan utamanya adalah untuk

menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Faizal et al., 2012). Seperti yang telah disinggung sebelumnya, menurut Wang & Ahmed (2007) kapabilitas dinamis dapat dibagi kedalam tiga dimensi, yaitu: kapabilitas adaptif, kapabilitas absorptif, dan kapabilitas inovatif (Wang & Ahmed, 2007). Yang mana ketiga dimensi kapabilitas dinamis tersebut dipengaruhi oleh kapabilitas-kapabilitas mikro, yaitu: *sensing* peluang, *shaping* peluang, dan *seizing* peluang (Teece et al., 1997). Sedangkan pengertian dari ketiga dimensi kapabilitas dinamis dapat dideskripsikan sebagai berikut:

2.1.3.1 Kapabilitas Absorptif

Kapabilitas absorptif adalah kemampuan perusahaan untuk dapat menilai, mengasimilasikan dan menerapkan pengetahuan yang baru kedalam proses bisnisnya (Saeedi, 2014). Oleh karena itu, kapabilitas absorptif sangat berguna bagi UMKM dalam menciptakan dan/atau memaksimalkan peluang, dengan cara menangkap dan mempelajari informasi eksternal, mengasimilasikannya lalu mengaplikasikannya kedalam proses bisnisnya (William et al., 2013).

2.1.3.2 Kapabilitas Adaptif

UMKM di masa kini dituntut untuk memiliki kapabilitas adaptif, yang mana hal tersebut dapat berupa kemampuan untuk bersikap fleksibel bagi UMKM dalam melakukan berbagai perubahan-perubahan yang penting yang dapat membantu mereka mencapai tujuan perusahaan mereka. Hal ini menjadi semakin penting mengingat lingkungan bisnis yang semakin dinamis. Fleksibilitas ini biasanya berupa modifikasi yang cepat pada praktik maupun proses bisnisnya (Wang & Ahmed, 2007). Dikarenakan perubahan teknologi perangkat seluler, penggunaan aplikasi seluler bagi UMKM mungkin dapat meningkatkan kapabilitas adaptif.

Dari paparan diatas maka dapat diartikan bahwa kapabilitas adaptif adalah bagaimana aksi yang dilakukan UMKM dengan pengetahuan yang didapatnya. Aksi tersebut dapat mengakibatkan pada perubahan proses bisnis, prosedur bisnis, hingga melakukan investasi baru di pasar yang baru (Wang & Ahmed, 2007).

2.1.3.3 Kapabilitas Inovatif

Menurut William et al., (2013) kapabilitas inovatif bagi UMKM adalah daya cipta yang dimiliki oleh UMKM, yang mana dapat berupa: mengembangkan inovasi untuk menciptakan produk/layanan baru, menerapkan proses atau metode baru untuk menghantarkan layanannya dan mengubah risiko menjadi peluang.

2.1.4 Elemen Mikro Kapabilitas Dinamis: *Sensing, Shaping dan Seizing Peluang*

Dalam kerangka kerja kapabilitas dinamis, kemampuan untuk *sensing*, *shaping* dan *seizing* peluang adalah bagian-bagian yang sangat penting (Haas, 2015). Kapabilitas *sensing* peluang adalah kemampuan UMKM dalam mengenali peluang atau ancaman, sedangkan kapabilitas *shaping* peluang adalah kemampuan UMKM untuk mengevaluasi prospek suatu peluang potensial sebelum mengeluarkan sumber daya mereka dalam mengeksekusi peluang tersebut. Dan yang terakhir adalah *seizing* peluang atau menangkap peluang, adalah serangkaian tindakan yang diperlukan UMKM dalam mengeksekusi peluang potensial yang telah dilakukan *sensing* dan *shaping* sebelumnya (Haas, 2015). UMKM dapat dikatakan mengembangkan kapabilitas dinamis mereka apabila mereka dapat melakukan tindakan-tindakan yang *sensing*, *shaping* dan *seizing* peluang mereka secara konstan (Haas, 2015; Wagner & Wagner, 2013). Ketiga elemen mikro ini sangat berguna bagi UMKM dalam memaksimalkan peluang.

2.2. Penelitian Terdahulu

Selain dari fenomena-fenomena yang telah dipaparkan sebelumnya, terdapat pula beberapa penelitian terdahulu yang telah membahas pentingnya kapabilitas dinamis bagi UMKM dan UKM. Penelitian yang pertama dilakukan oleh Priyono et al., (2019) yang berjudul “Managing ambidexterity in internationalisation of SMEs from an emerging country: A dynamic capability perspective” dimana penelitian tersebut menggunakan kapabilitas dinamis sebagai perspektif dalam menilai *ambidexterity* (ketangkasan yang luar biasa) yang terdapat pada UKM di negara berkembang. Beberapa hasil temuan yang terdapat

pada penelitian tersebut yang pertama adalah tingkat ambidexterity yang dicapai oleh UKM sangat bergantung pada manajemen tingkat atas dari perusahaan tersebut. Dan hasil yang kedua adalah UKM dengan skala yang lebih kecil cenderung terlibat dalam lebih banyak eksplorasi intensif ketimbang UKM-UKM dengan skala yang lebih besar (Priyono et al., 2019).

Sedangkan penelitian kedua adalah penelitian yang telah dilakukan oleh Priyono et al., (2018) yang berjudul “Identifikasi Elemen-Elemen Mikro Kapabilitas Dinamis Sensing untuk Pengembangan Inovasi di Usaha Kecil dan Menengah Industri Kreatif”. Penelitian tersebut menganalisis kapabilitas dinamis, terkhusus untuk menganalisis elemen-elemen mikro yang terdapat pada kapabilitas *sensing* di UKM yang berlokasi di Yogyakarta. Hasil dari penelitian tersebut membuktikan bahwa tingkat inovasi yang berbeda perlu diikuti dengan penekanan elemen *sensing* yang berbeda pula. Perusahaan yang tinggi inovasi memerlukan *sensing* yang lebih intensif dibandingkan perusahaan yang rendah inovasi (Priyono et al., 2018).

Penelitian terdahulu yang ketiga adalah penelitian yang telah dilakukan oleh Saeedi (2014) yang berjudul “Fostering Dynamic Capabilities of SMEs”. Penelitian tersebut meneliti kapabilitas dinamis yang terdapat pada UKM-UKM di industri farmasi. Penelitian yang dilakukan oleh Saeedi tersebut menganalisis dampak dari lisensi internasional *inward* terhadap kapasitas absorptif dan kapabilitas networking. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kapabilitas networking dan kapabilitas absorptif merupakan dua kapabilitas dinamis yang sangat penting. Kedua kapabilitas dinamis tersebut ditingkatkan dan ditanamkan secara eksklusif oleh lisensi internasional *inward*. Lisensi internasional *inward* juga mempengaruhi banyak aspek di UKM farmasi termasuk kemudahan dalam melakukan kerjasama strategik seperti *joint venture* (Saeedi, 2014).

Dan penelitian terdahulu yang terakhir adalah penelitian yang dilakukan oleh Owoseni & Twinomurinzi (2020) yang berjudul “Evaluating mobile app usage by service sector micro and small enterprises in Nigeria: an abductive

approach”. Penelitian tersebut mengamati pengaruh penggunaan aplikasi seluler terhadap kapabilitas dinamis bagi UMKM bidang jasa di Lagos, Nigeria (Owoseni & Twinomurinzi, 2020). Meski begitu, penelitian dari Owoseni & Twinomurinzi (2020) ini masih memiliki kekurangan. Kekurangan yang terdapat pada penelitian Owoseni & Twinomurinzi (2020) adalah tidak meneliti keseluruhan dari ketiga dimensi yang terdapat dalam kapabilitas dinamis, penelitian tersebut hanya memasukkan kapabilitas absorptif ke dalam variabel penelitiannya, tanpa memasukkan kapabilitas adaptif dan kapabilitas inovatif. Sehingga penelitian oleh Owoseni & Twinomurinzi (2020) dirasa masih meninggalkan gap yang dapat diteliti lebih jauh.

2.3 Perumusan Hipotesis

2.3.1 Hubungan Antara Penggunaan Aplikasi Seluler dengan Kapabilitas Dinamis

Penggunaan aplikasi seluler merupakan hal dapat dimanfaatkan bagi UMKM dalam operasi bisnisnya, dengan tujuan akhirnya adalah mengoptimalkan bisnisnya. Aplikasi seluler sendiri merupakan serangkaian program yang terinstal dan/atau dapat diakses pada perangkat seluler seperti ponsel pintar dan tablet. Aplikasi seluler dapat berupa sosial media (Facebook, Instagram, TikTok), aplikasi produktivitas (Evernote, OneNote), aplikasi keuangan (M-Banking, Bibit, Finku), *E-commerce* (Shopee, Tokopedia, Gofood) dan masih banyak kategori lainnya.

Sedangkan kapabilitas dinamis adalah akar dari bidang manajemen inovasi yang akan memberikan UMKM kemampuan untuk dapat terus menjadi bisnis yang relevan, kompeten, *sustainable* di bagaimanapun kondisi pasar yang kerap berubah (Owoseni & Twinomurinzi, 2018). Sedangkan menurut Teece et al., (1997) kapabilitas dinamis adalah kemampuan perusahaan untuk berintegrasi, membangun, dan mengatur ulang kompetensi internal maupun eksternalnya dalam rangka menghadapi lingkungan bisnis yang terus-menerus berubah. Kapabilitas

dinamis sendiri terdiri dari tiga dimensi utamanya (Wang & Ahmed, 2007), yaitu: kapabilitas absorptif, kapabilitas adaptif, serta kapabilitas inovatif.

Kapabilitas absorptif adalah kemampuan bagi suatu perusahaan untuk menilai, mengasimilasikan dan menerapkan pengetahuan baru (Saeedi, 2014). Sedangkan kapabilitas adaptif juga suatu kemampuan yang harus dimiliki oleh UMKM dikarenakan kondisi pasar di zaman ini sangatlah dinamis dan cepat berubah, oleh karena itu UMKM dituntut untuk dapat menjalankan bisnisnya dengan fleksibel untuk mencapai tujuan bisnis mereka. Fleksibilitas ini membutuhkan modifikasi proses/praktik bisnis secara cepat (Wang & Ahmed, 2007). Kapabilitas ini akan mempermudah UMKM untuk berkembang dalam menghadapi berbagai peluang yang ditawarkan oleh pasar. Sedangkan kapabilitas inovatif adalah daya cipta yang dimiliki oleh UMKM, yang mana dapat berupa: mengembangkan inovasi untuk menciptakan produk/layanan baru, menerapkan proses atau metode baru untuk menghantarkan layanannya dan mengubah risiko menjadi peluang (William et al., 2013). Menurut Owoseni & Twinomurizi (2017) diantara kapabilitas inovatif yang dapat dilakukan oleh UMKM diantaranya adalah imitasi dan adaptasi dari penawaran, penyesuaian pengemasan dan harga dan penyesuaian pengadaan dan strategi penjualan.

Dari artikel yang telah ditulis oleh Timorria (2021) menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi seluler bagi UMKM mampu meningkatkan pendapatan hingga 700%. Sedangkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Quade & Leimstoll (2015) menampilkan bahwa dampak yang dihasilkan dari penggunaan aplikasi seluler sangat signifikan bagi UMKM, terutama bagi proses bisnisnya seperti pemasaran, pencatatan keuangan dan manajemen urutan. Penelitian yang dilakukan oleh Bezerra, et. al. (2015) penerapan penggunaan aplikasi seluler dalam UMKM dapat menumbuhkan revenue hingga 25%. Maka, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1a: Penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif pada kapabilitas absorptif bagi UMKM di Yogyakarta.

H1b: Penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif pada kapabilitas adaptif bagi UMKM di Yogyakarta.

H1c: Penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif pada kapabilitas inovatif bagi UMKM di Yogyakarta.

2.3.2 Hubungan Antara Kapabilitas Dinamis dengan Elemen Mikro

Kapabilitas Dinamis

Kapabilitas dinamis adalah kemampuan suatu UMKM dalam menghadapi perubahan yang terjadi secara konstan di lingkungan bisnisnya (Wang & Ahmed, 2007). Bila dideskripsikan lebih dalam, usaha usaha yang dilakukan UMKM tersebut dapat berupa merasakan (*sensing*), membentuk (*shaping*) dan setelah itu menangkap (*seizing*) peluang (Teece, 2007). Kapabilitas dinamis terdiri dari tiga dimensinya: kapabilitas adaptif, kapabilitas absorptif dan kapabilitas inovatif (Wang & Ahmed, 2007), yang mana ketiga dimensi ini sangat banyak dipengaruhi oleh ketiga elemen mikronya untuk merasakan, membentuk serta menangkap kesempatan atau peluang yang ada (Teece et al., 1997).

UMKM dapat dikatakan mengembangkan kapabilitas dinamisnya selama mereka mempraktekkan tindakan-tindakan yang terkait dengan *sensing*, *shaping* dan *seizing* peluang secara kontinyu (Haas, 2015; Wagner & Wagner, 2013). Dalam penelitian ini melihat kapabilitas *sensing*, *shaping* dan *seizing* peluang secara terpisah dari kapabilitas dinamis dan menganggapnya sebagai kapabilitas mikro atau elemen mikro yang dibutuhkan oleh UMKM dalam menciptakan keunggulan kompetitif (Faizal et al., 2012). Oleh karena itu, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H2a: Kapabilitas absorptif berpengaruh positif pada kemampuan *sensing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.

H2b: Kapabilitas absorptif berpengaruh positif pada kemampuan *shaping* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.

H2c: Kapabilitas absorptif berpengaruh positif pada kemampuan *seizing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.

H3a: Kapabilitas adaptif berpengaruh positif pada kemampuan *sensing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.

H3b: Kapabilitas adaptif berpengaruh positif pada kemampuan *shaping* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.

H3c: Kapabilitas adaptif berpengaruh positif pada kemampuan *seizing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.

H4a: Kapabilitas inovatif berpengaruh positif pada kemampuan *sensing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.

H4b: Kapabilitas inovatif berpengaruh positif pada kemampuan *shaping* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.

H4c: Kapabilitas inovatif berpengaruh positif pada kemampuan *seizing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.

2.3.3 Hubungan Antara Penggunaan Aplikasi Seluler dengan Elemen Mikro Kapabilitas Dinamis

Setelah menetapkan kemungkinan hubungan antara 3 dimensi kapabilitas dinamis dan kemampuan UMKM untuk *sensing*, *shaping* dan *seizing* peluang, penelitian ini akan mempertimbangkan apakah penggunaan aplikasi seluler memengaruhi kemampuan UKM untuk merasakan, membentuk, dan memanfaatkan peluang secara langsung. Oleh karena itu, penelitian ini akan memiliki hipotesis-hipotesis sebagai berikut:

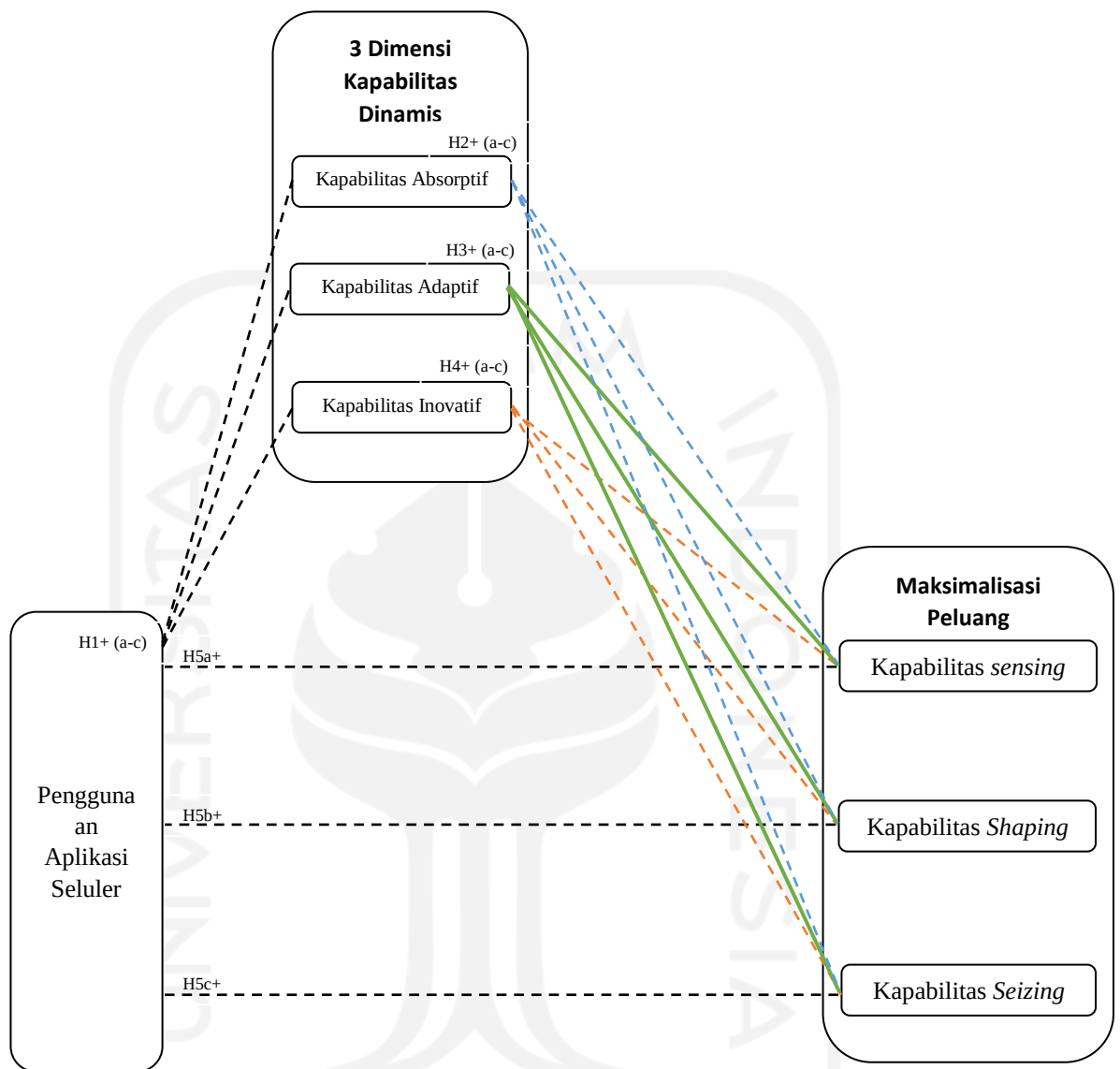
H5a: Penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif pada kemampuan *sensing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.

H5b: Penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif pada kemampuan *shaping* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.

H5c: Penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif pada kemampuan *seizing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta.

2.4 Kerangka Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan perumusan hipotesis, maka dapat dibentuk kerangka penelitian yang mengkombinasikan penggunaan aplikasi seluler, ketiga dimensi kapabilitas dinamis, kapabilitas *sensing*, *shaping* dan *seizing* peluang sebagai variabel dalam penelitian ini. Variabel penggunaan aplikasi seluler mengacu pada bagaimana UMKM di Yogyakarta menggunakan aplikasi seluler dalam aktifitas bisnisnya. Variabel kapabilitas absorptif mengacu pada bagaimana UMKM di Yogyakarta menggabungkan pengetahuan yang baru dengan pengetahuan internal yang sudah diterapkan, untuk dapat meningkatkan keuntungan bisnisnya (William et al., 2013). Variabel kapabilitas adaptif menerangkan apa yang dilakukan UMKM di Yogyakarta terhadap pengetahuan baru yang diperoleh, hal ini mencerminkan perubahan proses bisnis dan investasi di pasar yang baru (Wang & Ahmed, 2007). Variabel ke-empat adalah kapabilitas inovatif yang merepresentasikan bagaimana UMKM di Yogyakarta menciptakan terobosan dari bisnis konvensional melalui penciptaan produk/layanan baru, pasar baru, hingga model bisnis yang baru (Grimaldi et al., 2013). Variabel ke-lima adalah kapabilitas *sensing* peluang, merepresentasikan kecakapan UMKM di Yogyakarta dalam mengenali prospek peluang bisnis (Didi-quvane & Twinomurinzi, 2013). Variabel ke-enam adalah kapabilitas untuk *shaping* peluang, dimana variabel ini menjelaskan bagaimana UMKM di Yogyakarta dalam memahami dan memutuskan apakah prospek peluang bisnis yang sebelumnya telah dikenali harus dieksplorasi atau tidak (Haas, 2015). Variabel terakhir adalah kapabilitas *seizing* peluang, variabel ini menjelaskan bagaimana UMKM di Yogyakarta mengeksekusi peluang yang dipilih (telah di *shaping*) untuk meningkatkan keuntungan bisnisnya (Wagner & Wagner, 2013).



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian

2.5. UMKM

Akhir-akhir ini perkembangan UMKM di Indonesia mengalami kemajuan yang cukup pesat. UMKM di Indonesia yang sering dijumpai diantaranya adalah warung makan, binatu, toko kelontong, dan lain sebagainya. UMKM sendiri adalah sebutan untuk kelompok usaha yang dikelola oleh orang atau suatu badan tertentu.

UMKM telah dideskripsikan dalam UU no. 20 tahun 2018, tentang Usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pasal 1, yaitu:

1. Usaha Mikro

Adalah unit usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha dengan kriteria memiliki kekayaan bersih mencapai Rp 50.000.000,- tidak termasuk tanah serta bangunan tempat usaha. Dan hasil penjualannya maksimal Rp 300.000.000,- tiap tahun.

2. Usaha Kecil

Merupakan usaha ekonomi produktif yang independen baik yang dikuasai oleh perorangan maupun kelompok serta tidak sebagai cabang usaha dari perusahaan induk dengan kriteria memiliki kekayaan bersih di rentang Rp 50.000.000,- hingga Rp 500.000.000,- dan memiliki hasil penjualan per tahun di rentang Rp 300.000.000,- hingga Rp 2.500.000.000,-.

3. Usaha Menengah

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang bukan termasuk cabang atau anak usaha dari perusahaan induk dengan kriteria kekayaan bersih yang dimiliki pemilik usaha sekitar Rp 500.000.000,- hingga Rp 10.000.000.000,- dan belum termasuk tanah serta bangunan tempat usaha. Memiliki hasil penjualan per tahun di rentang Rp 2.500.000.000,- hingga mencapai Rp 50.000.000.000,-.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan kepada UMKM yang berada di wilayah DI Yogyakarta dan sekitarnya. Hal ini dikarenakan terdapat cukup banyak UMKM yang berada di wilayah tersebut, serta banyak UMKM yang telah teruji untuk dapat *survive* dalam menjalani bisnisnya dalam periode yang cukup panjang.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Menurut Arikunto (2010), populasi ialah keseluruhan dari suatu subjek penelitian. Sedangkan sampel ialah perwakilan atau sebagian dari populasi yang sedang diteliti. Dimana dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti yaitu Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya. Hal ini dikarenakan DI Yogyakarta dirasa memiliki banyak UMKM serta memiliki pertumbuhan UMKM yang cukup baik.

3.2.2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang telah ditetapkan untuk dapat dijadikan representatif bagi populasi tersebut secara general (Sekaran et al., 2017). Sampel yang diambil dalam penelitian ini merupakan para pemilik atau karyawan yang merepresantasikan UMKM yang berbisnis di wilayah DI Yogyakarta yang telah menerapkan penggunaan aplikasi seluler dalam proses bisnisnya. Menurut Hair, Anderson, Tatham, & Black (2010) terdapat rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel minimum untuk SEM, adalah:

(Jumlah indikator + Jumlah Variabel) X (parameter yang diperkirakan)

Didasarkan pada pedoman tersebut, maka ditetapkan jumlah sampel minimum pada penelitian ini adalah 240 UMKM (Didapat dari $(45 + 3) \times 5 = 240$).

3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.3.1 Variabel Independen

3.3.1.1 Penggunaan Aplikasi Seluler

Penggunaan aplikasi seluler mengacu pada sejauh mana UMKM melibatkan dan memanfaatkan aplikasi-aplikasi seluler dalam aktivitas bisnisnya (Owoseni & Twinomurinzi, 2018). Sedangkan indikator-indikator terkait penggunaan aplikasi seluler yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Owoseni & Twinomurinzi, 2018):

1. Penggunaan aplikasi seluler untuk mendapatkan saran dari konsumen.
2. Penggunaan aplikasi seluler untuk mendapatkan referral.
3. Penggunaan aplikasi seluler untuk menggunakan fitur *chat* atau sms.
4. Penggunaan aplikasi seluler untuk menyimpan kontak, dokumen atau rekaman obrolan.
5. Penggunaan aplikasi seluler untuk rapat virtual.
6. Penggunaan aplikasi seluler untuk pemasaran dan periklanan.
7. Penggunaan aplikasi seluler untuk mengatur dan merencanakan jadwal.
8. Penggunaan aplikasi seluler untuk mencari informasi yang dibutuhkan melalui internet (*Googling*).
9. Penggunaan aplikasi seluler untuk menganalisa informasi.
10. Penggunaan aplikasi seluler untuk keperluan akuntansi dan pembukuan.
11. Penggunaan aplikasi seluler untuk menjual produk dan jasa.
12. Penggunaan aplikasi seluler untuk kebutuhan pembayaran.
13. Penggunaan aplikasi seluler untuk kebutuhan belajar.
14. Penggunaan aplikasi seluler untuk mengatur urutan pekerjaan (*job orders*).
15. Penggunaan aplikasi seluler untuk membuat konten online (seperti blog/berita/artikel).

3.3.2 Variabel Laten

3.3.2.1 Kapabilitas Absorptif

Kapabilitas absorptif adalah kemampuan bagi suatu bisnis atau perusahaan untuk menilai, mengasimilasikan dan menerapkan pengetahuan baru (Saeedi, 2014). Indikator-indikator yang berkaitan dengan kapabilitas absorptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Owoseni & Twinomurinzi, 2018):

1. Aplikasi seluler membantu bisnis untuk bekerja/berhubungan dengan orang lain secara virtual.
2. Aplikasi seluler memudahkan bisnis dalam mengubah harga dan kemasan dari produk yang ditawarkan.
3. Bisnis dapat meraih peluang penjualan melalui aplikasi seluler.
4. Penggunaan aplikasi seluler membuat informasi menjadi lebih jelas.
5. Aplikasi seluler membantu bisnis dalam melakukan riset dan pelatihan.
6. Aplikasi seluler membantu bisnis dalam memenuhi harapan konsumen dengan lebih cepat.
7. Bisnis dapat membuat produk yang ditawarkan cocok untuk konsumen ataupun situasi yang spesifik melalui aplikasi seluler

3.3.2.2 Kapabilitas Adaptif

Kapabilitas adaptif adalah bagaimana aksi yang dilakukan UMKM dengan pengetahuan yang didapatnya. Aksi tersebut dapat mengakibatkan pada perubahan proses bisnis, prosedur bisnis, hingga melakukan investasi baru di pasar yang baru (Wang & Ahmed, 2007). Sedangkan indikator-indikator yang merepresentasikan kapabilitass adaptif adalah sebagai berikut (Owoseni & Twinomurinzi, 2018):

1. Bisnis membangun jaringan dengan masyarakat dan beriklan melalui aplikasi seluler.
2. Aplikasi seluler memudahkan bisnis dalam mengenali kebutuhan atau permasalahan dalam bisnisnya.
3. Bisnis menggunakan aplikasi seluler untuk berhubungan dengan konsumennya.

4. Aplikasi seluler memudahkan bisnis dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial dan internet.
5. Bisnis mendapatkan penilaian dan rujukan melalui aplikasi seluler.

3.3.2.3 Kapabilitas Inovatif

Menurut William et al., (2013) kapabilitas inovatif bagi UMKM adalah daya cipta yang dimiliki oleh UMKM, yang mana dapat berupa: mengembangkan inovasi untuk menciptakan produk/layanan baru, menerapkan proses atau metode baru untuk menghantarkan layanannya dan mengubah risiko menjadi peluang. Indikator-indikator yang berkaitan dengan kapabilitas inovatif adalah sebagai berikut (Owoseni & Twinomurinzi, 2018):

1. Aplikasi seluler memberikan kemampuan bisnis dalam mencontoh dan menyesuaikan penawaran.
2. Bisnis menggunakan aplikasi seluler untuk menyesuaikan kemasan ataupun harga dari produk yang ditawarkan.
3. Aplikasi seluler mempermudah bisnis dalam melakukan penjualan dan pengadaan.

3.3.3 Variabel Dependen

3.3.3.1 Kapabilitas *Sensing* Peluang

Kapabilitas *sensing* peluang adalah kemampuan UMKM dalam mengenali peluang atau ancaman (Haas, 2015). Sedangkan indikator-indikator terkait kapabilitas *sensing* peluang adalah sebagai berikut (Owoseni & Twinomurinzi, 2018):

1. Bisnis dapat memprediksi atau meramalkan peluang di masa yang akan datang dengan menggunakan aplikasi seluler.
2. Aplikasi seluler memudahkan bisnis mengenali peluang.
3. Bisnis lebih mudah menyadari peluang dengan menggunakan aplikasi seluler.
4. Bisnis menciptakan peluang baru dengan menggunakan aplikasi seluler.

5. Bisnis dapat menemukan peluang tersembunyi dengan menggunakan aplikasi seluler.

3.3.3.2 Kapabilitas *Shaping* Peluang

Kapabilitas *shaping* peluang adalah kemampuan UMKM untuk mengevaluasi prospek suatu peluang potensial sebelum mengeluarkan sumber daya mereka dalam mengeksekusi peluang tersebut (Haas, 2015). Berikut adalah indikator-indikator terkait dengan kapabilitas *shaping* peluang (Owoseni & Twinomurinzi, 2018):

1. Bisnis dapat menganalisa peluang dengan menggunakan aplikasi seluler.
2. Dengan menggunakan aplikasi seluler, bisnis dapat mengenali risiko yang hadir bersama dengan peluang.
3. Bisnis dapat memahami peluang lebih baik dengan menggunakan aplikasi seluler.
4. Aplikasi seluler memudahkan bisnis dalam memilah peluang bisnis yang menguntungkan dan yang tidak menguntungkan.

3.3.3.3 Kapabilitas *Seizing* Peluang

Kapabilitas *seizing* peluang adalah serangkaian tindakan yang diperlukan UMKM dalam mengeksekusi peluang potensial yang telah dilakukan *sensing* dan *shaping* sebelumnya (Haas, 2015). Berikut adalah indikator-indikator yang berkaitan dengan kapabilitas *seizing* peluang (Owoseni & Twinomurinzi, 2018):

1. Bisnis mampu mencegah ancaman dengan menggunakan aplikasi seluler.
2. Bisnis mengalokasikan sumber dayanya menggunakan aplikasi seluler.
3. Aplikasi seluler memudahkan bisnis dalam menutup celah-celah dalam bisnisnya.
4. Aplikasi seluler memudahkan bisnis dalam meminimalisir risiko.
5. Aplikasi seluler memudahkan bisnis untuk dapat menerapkan ide-ide baru dengan cepat.

3.4. Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer. Data primer sendiri adalah data yang diperoleh dari para responden yang mengisi kuesioner yang telah dibagikan sebelumnya dan berbagai data lainnya terkait objek penelitian.

Pengumpulan data akan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner digital seperti google form atau sejenisnya. Form tersebut akan disebarluaskan kepada 240 responden yang mewakili UMKM mereka, baik secara online maupun secara langsung. Metode yang dipakai adalah *non-probability convenient sampling*. Dimana tujuannya adalah untuk mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data. Skala likert dengan 5 poin akan digunakan pada penelitian ini. Kelima poin tersebut akan merepresentasikan tingkat kesesuaian dari masing-masing responden, dan akan berupa sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Tabel Pilihan Indikator Kuesioner

Level Kesesuaian	Poin
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sedangkan untuk teknik analisis yang digunakan untuk menganalisa data dalam penelitian ini adalah PLS SEM (*Partial Least Square-Structural Equation Model*).

3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Penelitian ini menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* atau (CFA) yang mana ditujukan untuk menguji apakah indikator-indikator membentuk variabel potensial yang terhitung valid dan besar. Pengukuran ini dilandaskan

terhadap uji validitas dan reliabilitas indikator kuesioner dari loading factor. Uji validitas menampilkan apakah variabel (beserta indikatornya) merepresentasikan variabel latennya atau tidak. Agar memenuhi kriteria, nilai tes harus memiliki *Loading Factor* > 0.5. Sedangkan uji reliabilitas merepresentasikan rentang nilai dimana pengukuran ini relatif dengan pengukuran objek yang sama. Nilai *Construct Reliability* yang baik adalah > 0.7.

3.5.1. Uji Validitas

Dapat dikatakan valid atau terpercayanya suatu skala pengukuran adalah apabila skala tersebut dapat mengukur apa yang harus diukur. Sedangkan menurut Ghazali (2009), uji validitas diperlukan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu pertanyaan dalam sebuah penelitian. Sebuah kuesioner dapat disebut valid apabila butir pertanyaan dalam kuesionernya mampu merepresentasikan sesuatu yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut. Penelitian ini menggunakan software AMOS untuk melakukan uji validitas instrumennya.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Ghazali (2016) adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang berperan sebagai indikator dari suatu variabel. Kuesioner yang dapat dikatakan reliabel apabila jawaban dari responden mampu bersifat stabil dan konsisten dari waktu ke waktu.

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menurut Sugiyono (2014:21) adalah statistik yang dapat mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul dengan apa adanya dan tidak bermaksud untuk membuat simpulan yang berlaku baik untuk umum atau generalisasi, sehingga dapat digunakan untuk menganalisis data.

Sedangkan menurut Nazir (2003:54) metode analisis deskriptif adalah suatu metode yang dapat meneliti status sekelompok manusia, objek, kondisi, pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa di masa kini.

Pada penelitian ini, data diambil dari objek penelitian kemudian dimasukkan ke data analisis deskriptif (umur usaha, jumlah karyawan, posisi responden, dan omzet penjualan pertahun). Setelah itu, data akan diolah dengan menggunakan IBM SPSS AMOS 24.

Terdapat beberapa tahapan dalam proses analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Pengembangan Model Berdasarkan Teori

Model Persamaan Struktural adalah suatu model yang didasarkan pada hubungan kausalitas, yang mana perubahan yang terjadi pada suatu variabel dianggap akan mengakibatkan perubahan pada variabel lainnya. Sedangkan SEM adalah suatu metode konfirmatori yang dipakai untuk menguji kausalitas. Mengacu pada penelitian teoritis, suatu model akan dikembangkan yang mana akan menjadi landasan untuk langkah-langkah selanjutnya. Model teoritis akan menghasilkan komposisi yang dikaji, lalu akan dikembangkan dengan penelitian teoritis lalu pengembangan hipotesis.

2. Menyusun Diagram Jalur serta Persamaan Struktural

Tahapan atau langkah berikutnya adalah menyusun hubungan kausalitas menggunakan diagram jalur dan juga menyusun persamaan strukturalnya. Diagram jalur sendiri adalah tahapan dalam menginput model penelitian ke dalam bentuk visual yang mana dapat membantu peneliti dalam mengidentifikasi hubungan kausalitas antar variabel. Sedangkan teknik estimasi dilakukan melalui dua tahapan, yaitu tahap estimasi model pengukuran dengan menggunakan teknik CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) dan tahap estimasi model persamaan struktural yang dilakukan dengan melalui *full model*.

3. Memilih Jenis Input Matrix serta Estimasi dari Model yang Diusulkan

SEM termasuk model persamaan struktural yang berbeda dibanding teknik analisis multivariat lain, karena SEM hanya menggunakan data input yang berupa matrik korelasi, atau matrik kovarian, atau matrik varian. Data untuk observasi

dapat di input kedalam software AMOS, yang mana amos akan mengubahnya terlebih dulu data mentah tersebut menjadi matrik korelasi atau matrik kovarian.

4. Menilai Identifikasi Model Struktural

Selama berlangsungnya proses estimasi menggunakan komputer, seringkali hasil estimasi yang didapat bersifat tidak logis atau *meaningless* yang mana hal ini berhubungan dengan identifikasi model struktural. Maka dari itu, diperlukan tahap ini yang akan berguna untuk mengidentifikasi apakah terdapat masalah dengan parameter model struktural. Apabila telah dapat menghasilkan solusi untuk parameter strukturalnya, maka model akan dapat diidentifikasi serta di uji.

5. Menilai Kriteria *Goodness-of-Fit*

Goodness-of-Fit Test merupakan sebuah metode untuk mengukur input yang digunakan pada model yang di prediksi. Penelitian ini menggunakan beberapa kriteria/tahapan, yang pertama, melakukan evaluasi terhadap kesesuaian data dengan asumsi dasar SEM. Berikutnya, data yang dipakai harus telah teruji untuk outlier datanya, serta distribusi data juga harus tergolong distribusi normal multivariat. Dikarenakan SEM cenderung sangat sensitif dengan karakteristik sebaran data, terlebih lagi yang memiliki kurtosis yang tinggi. Apabila asumsi model persamaan struktural telah terpenuhi, lalu diperlukan untuk memeriksa estimasi yang salah, hal tersebut meliputi apakah terdapat faktor estimasi baik pada model struktural ataupun model pengukuran lain yang melebihi batas yang diijinkan.

Jika telah dipastikan model tidak mengandung estimasi yang salah, model yang dipakai mengilustrasikan sampel data dengan menggunakan beberapa kriteria agar dapat menaksir kesesuaian model, sebagai berikut:

1. Likelihood Ratio Chi-Square Statistic

Likelihood Ratio Chi-Square (X^2) menampilkan nilai yang menyeluruh (fundamental) dari *overall fit*. Apabila nilai *chi-square* semakin tinggi jika dibandingkan dengan *degree of freedom* nya maka

akan melahirkan nilai probabilitas (p) yang lebih kecil dibanding tingkat signifikansi (α). Semakin kecil value *chi-square* memiliki arti semakin bagus, lantaran tidak terlihatnya perbedaan yang signifikan antara input matrix prediksi dengan observasinya (Ghozali, 2014).

2. *Goodness-of-Fit Index (GFI)*

Kriteria *Goodness-of-Fit Index* adalah ukuran non-statistik dengan value atau nilai yang berada di kisaran 1 (*perfect fit*) dan 0 (*poor fit*). Semakin tinggi nilai GFI maka semakin baik pula *fit* yang dihasilkan. Menurut Ghozali (2014), peneliti-peneliti merekomendasikan nilai GFI diatas 90% sebagai ukuran fit yang baik.

3. *CMIN/DF*

Merupakan nilai yang didapatkan dari *chi-square* dibagi *degree of freedom*. Tujuannya untuk mengetahui nilai relatif *chi-square* yang menunjukkan antara matriks kovarian antara yang diteliti dengan yang diestimasi. Menurut Ghozali (2014), Nilai rasio yang dipakai untuk mengukur fit adalah < 2 .

4. *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*

Menurut Ghozali (2014) ukuran *Root Mean Square Error of Approximation* atau RMSEA yang dapat diterima adalah 0.05 – 0.08. Sedangkan pengertian RMSEA sendiri adalah ukuran yang berguna untuk membenahi jika ditemukan kecenderungan dimana statistik *chi square* menolak model penelitian dengan jumlah sampel yang besar.

5. *Adjusted Goodness-of-Fit Index (AGFI)*

AGFI adalah bentuk pengembangan dari GFI yang telah disesuaikan terhadap derajat kebebasan (*degree of freedom*). Nilai AGFI berada di rentang 0 hingga 1, dan menurut Ghozali (2014) nilai AGFI dapat dikatakan *fit* atau baik apabila memiliki nilai > 0.9 .

6. *Tucker Lewis Index (TLI)*

Tucker Lewis Index atau TLI adalah ukuran ketepatan komplementer yang mengkomparasikan antara model yang diuji terhadap suatu model

baseline. Nilai TLI berada di kisaran 0 hingga 1.0. Sedangkan nilai TLI yang direkomendasikan adalah > 0.9 (Ghozali, 2014).

7. *Normed Fit Index* (NFI)

NFI adalah ukuran antara kesesuaian model dengan basis komparatif terhadap model *null*. Nilai NFI berada pada rentang antara 0 (sama sekali tidak *fit*) dan 1.0 (*perfect fit*). Sedangkan nilai yang direkomendasikan untuk NFI adalah > 0.9 (Ghozali, 2014).

Tabel 3. 2 Tabel Indeks Pengujian Kelayakan Model

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut off Value</i>
<i>Likelihood Ratio Chi-Square Statistic</i>	Diharapkan Kecil
GFI	> 0.90
CMIN/DF	< 2
RMSEA	0.05 – 0.08
AGFI	> 0.90
TLI	> 0.90
NFI	> 0.90

6. Mewujudkan serta Memodifikasi Model

Pada tahap ini model diinterpretasi serta di modifikasi. Model yang telah diestimasi harus menunjukkan residual kovarian yang kecil atau mendekati nol serta distribusi residual kovarian harus bersifat simetris. Matas maksimal keamanan untuk jumlah residual yang dihasilkan oleh model penelitian adalah 1 persen. Sedangkan nilai residual apabila lebih besar atau sama dengan 2,58 diinterpretasikan sebagai signifikan secara statis di tingkatan 1 persen yang mana residual yang signifikan ini merepresentasikan adanya eror prediksi (*prediction error*) yang substansial untuk dipasang indikator.

Modifikasi model SEM sendiri dibagi atas tiga cara permodelan, yaitu:

- Strategi *Confirmatory Modelling*;

- b. Strategi *Competing Modelling*; dan
- c. Strategi *Model Development*.

3.6.2 Analisis *Structural Equation Model* (SEM)

Penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM) atau Model Persamaan Struktural yang dilakukan dengan software AMOS. SEM adalah teknik analisis multivariat gabungan dari dua konsep statistika yaitu analisis faktor melalui model pengukuran dan analisis regresi melalui model struktural (Ghozali, 2014).

3.6.3 Uji Hipotesis

Hipotesis dilakukan pengujian dengan mengevaluasi tanda dan besaran dari perbedaan yang signifikan. Tanda akan dikatakan sesuai dengan teori apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 (< 0.05), dan apabila kondisi tersebut terpenuhi maka hipotesis diterima. Dan apabila tanda tidak sesuai teori dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 (> 0.05), hipotesis akan ditolak.

BAB IV

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan diuraikan mengenai analisis dari hasil dan pembahasan pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas Dinamis bagi UMKM di Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terhadap 240 responden yang terdiri dari pemilik dan karyawan pada UMKM. Data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan pada penelitian. Berdasarkan dengan permasalahan dan perumusan model yang digunakan dalam penelitian serta pengujian hipotesis maka teknik analisis yang digunakan dalam penelitian menggunakan SEM (Structural Equation Model) dengan bantuan program IBM Amos versi 24.

4.1 Analisis Deskriptif Responden

4.1.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Kriteria responden berdasarkan jenis kelamin terdiri dari laki-laki dan perempuan. Berikut rincian responden berdasarkan jenis kelamin pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	136	56.7%
Perempuan	104	43.3%
Total	240	100%

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 jumlah responden yang didapatkan berjumlah total 240 orang. Responden terdiri dari 136 orang dengan jenis kelamin laki-laki atau persentase sebesar 56.7% dan 104 orang dengan jenis kelamin perempuan atau

dengan persentase sebesar 43.3%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden pelaku UMKM sebagian besar dengan jenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 56,7%.

4.1.2 Responden berdasarkan Usia

Kriteria data responden berdasarkan usia terbagi menjadi lima kriteria. Berikut rincian responden berdasarkan usia pada tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4. 2 Usia Responden

Kelompok Usia	Jumlah responden	Persentase
< 20 Tahun	12	5.0%
21 - 29 Tahun	124	51.7%
30 - 39 Tahun	45	18.8%
40 - 49 Tahun	52	21.7%
50 - 59 Tahun	7	2.9%
Total	240	100%

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini yang berusia 21-29 tahun berjumlah 124 orang atau sebesar 51,7%, usia kurang dari 20 tahun berjumlah 12 orang atau sebesar 5,0%, usia 30-39 tahun berjumlah 45 orang atau sebesar 18,8%, usia 40-49 tahun berjumlah 52 orang atau sebesar 21,7% dan usia 50-59 tahun berjumlah 7 orang atau sebesar 2,9%.

4.1.3 Responden berdasarkan Pendidikan

Kriteria data responden berdasarkan Pendidikan terbagi menjadi enam kriteria. Berikut rincian responden berdasarkan usia pada tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4. 3 Pendidikan Responden

Jenjang Pendidikan	Jumlah responden	Persentase
Tidak Mengikuti Pendidikan Secara Formal	4	1.7%
SMA atau sederajat	83	34.6%
Diploma	23	9.6%
S1	119	49.6%
S2	8	3.3%
S3	3	1.3%
Total	240	100%

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini dengan tingkat pendidikan S1 berjumlah 119 orang atau sebesar 49,6%, tidak mengikuti pendidikan formal berjumlah 4 orang atau sebesar 1,7%, SMA atau sederajat berjumlah 83 orang atau sebesar 34,6%, Diploma berjumlah 23 orang atau sebesar 9,6%, S2 berjumlah 8 orang atau sebesar 3,3% dan S3 berjumlah 3 orang atau sebesar 1,3%.

4.1.4 Responden berdasarkan Sektor UMKM

Kriteria data responden berdasarkan sektor UMKM terbagi menjadi enam kriteria. Berikut rincian responden berdasarkan usia pada tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 4. 4 Sektor UMKM

Sektor UMKM	Jumlah responden	Persentase
Fashion	23	9.6%
Industri Pengolahan	23	9.6%
Jasa	65	27.1%
Kecantikan	13	5.4%
Kesehatan	9	3.8%
Makanan dan Minuman(F&B)	63	26.3%
Pendidikan	2	.8%
Perdagangan	36	15.0%
Transportasi	6	2.5%
Total	240	100%

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM pada penelitian ini dengan sektor Jasa yang berjumlah 65 UMKM atau sebesar 27,1%, Fashion berjumlah 23 orang atau sebesar 9,6%, Industri Pengolahan berjumlah 23 orang atau sebesar 9,6%, Kecantikan berjumlah 13 orang atau sebesar 5,4%, Kesehatan berjumlah 9 orang atau sebesar 3,8%, Makanan dan Minuman (F&B) berjumlah 63 orang atau sebesar 26,3%, Pendidikan berjumlah 2 orang atau sebesar 0,8%, Perdagangan berjumlah 36 orang atau sebesar 15,0% dan Transportasi berjumlah 6 orang atau sebesar 2,5%.

4.1.5 Responden berdasarkan Jumlah Modal

Kriteria data responden berdasarkan jumlah modal terbagi menjadi tiga kriteria. Berikut rincian responden berdasarkan jumlah modal pada tabel 4.5 di bawah ini:

Tabel 4. 5 Jumlah Modal UMKM

Modal UMKM	Jumlah responden	Persentase
Lebih kecil dari Rp 50.000.000,-	118	49.2%
Rp 50.000.000,- s/d Rp 500.000.000,-	106	44.2%
Rp 500.000.000,- s/d Rp 5.000.000.000,-	16	6.7%
Total	240	100%

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini dengan modal UMKM lebih kecil dari Rp 50.000.000,- berjumlah 118 orang atau sebesar 49,2%, Rp 50.000.000,- s/d Rp 500.000.000,- berjumlah 106 orang atau sebesar 44,2%, dan Rp 500.000.000,- s/d Rp 5.000.000.000,- berjumlah 16 orang atau sebesar 6,7%.

4.1.6 Responden berdasarkan Usia UMKM

Kriteria data responden berdasarkan usia UMKM terbagi menjadi lima kriteria. Berikut rincian responden berdasarkan jumlah modal pada tabel 4.6 di bawah ini:

Tabel 4. 6 Jumlah Usia UMKM

Usia UMKM	Jumlah responden	Persentase
< 5 Tahun	143	59.6%
6-10 Tahun	68	28.3%
11-15 Tahun	27	11.3%
21-25 Tahun	1	.4%
> 25 Tahun	1	.4%
Total	240	100%

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini dengan usia UMKM < 5 tahun berjumlah 143 orang atau sebesar 59,6%, 6-10 tahun berjumlah 68 orang atau sebesar 28,3%, 11-15 tahun berjumlah 27 orang atau sebesar 11,3%, 21-25 tahun berjumlah 1 orang atau sebesar 0,4% dan lebih dari 25 tahun berjumlah 1 orang atau sebesar 0,4%.

4.1.7 Responden berdasarkan Ukuran UMKM

Kriteria data responden berdasarkan ukuran UMKM yang dilihat dari jumlah karyawan terbagi menjadi tiga kriteria. Berikut rincian responden berdasarkan ukuran UMKM pada tabel 4.7 di bawah ini:

Tabel 4. 7 Jumlah Ukuran UMKM

Jumlah Karyawan	Jumlah responden	Persentase
1-10 Karyawan	205	85.4%
11-20 Karyawan	29	12.1%
21-50 Karyawan	6	2.5%
Total	240	100%

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini dengan ukuran UMKM memiliki 1-10 karyawan berjumlah 205 orang atau sebesar 85,4%, 11-20 karyawan berjumlah 29 orang atau sebesar 12,1%, dan 21-50 karyawan berjumlah 6 orang atau sebesar 2,5%.

4.1.8 Responden berdasarkan Status

Kriteria data responden berdasarkan status pada UMKM terbagi menjadi 2 kriteria, yaitu pemilik dan karyawan. Berikut rincian

responden berdasarkan statusnya di UMKM pada tabel 4.8 di bawah ini:

Tabel 4. 8 Jumlah Status Responden

Status	Jumlah responden	Persentase
Karyawan	36	15.0%
Pemilik	204	85.0%
Total	240	100%

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan Tabel 4.8 menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini dengan status pemilik UMKM berjumlah 204 orang atau sebesar 85,0%, sedangkan karyawan berjumlah 36 orang atau sebesar 15,0%.

4.2 Analisis Deskriptif Variabel

Data responden yang terkumpul kemudian dianalisis untuk mengetahui deskriptif jawaban pada masing-masing variabel. Penilaian menggunakan skala likert lima poin dari sangat tidak setuju (1 poin) sampai dengan sangat setuju (5 poin). Perhitungan kriteria sebagai berikut:

Nilai terendah: 1

Nilai tertinggi: 5

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

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

Tabel 4. 9 Interval Penilaian

Interval	Kategori
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Setuju
1,80 – 2,59	Tidak Setuju
2,60 – 3,39	Netral
3,40 – 4,19	Setuju
4,20 – 5,00	Sangat Setuju

4.2.1 Deskriptif Variabel Penggunaan Aplikasi Seluler

Variabel Penggunaan Aplikasi Seluler terdiri dari 15 indikator, hasil statistik variabel Penggunaan Aplikasi Seluler dapat dilihat pada tabel 4.11 di bawah ini:

Tabel 4. 10 Hasil Analisis Deskriptif Penggunaan Aplikasi Seluler

Indikator	Rata-rata	Kriteria
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk mendapatkan saran dari konsumen	3,79	Setuju
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk mendapatkan referral	3,82	Setuju
Kami memanfaatkan aplikasi seluler untuk fitur sms atau chat (seperti WhatsApp, FB Messenger, Line, dsb)	3,80	Setuju
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk menyimpan kontak, dokumen atau rekaman obrolan.	3,85	Setuju
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk melakukan rapat virtual (Zoom, Gmeet, Skype, Dsb.)	3,87	Setuju
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk melakukan pemasaran dan periklanan.	3,82	Setuju
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk melakukan mengatur dan merencanakan jadwal.	3,86	Setuju
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk mencari informasi yang dibutuhkan melalui internet (via Google, Bing, Dsb).	3,80	Setuju
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk menganalisa informasi.	3,84	Setuju

Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk keperluan akuntansi dan pembukuan.	3,86	Setuju
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk menjual produk dan jasa (bisa melalui Gofood, ShopeeFood, Tokopedia, Shopee, Bukalapak, FB Marketplace, Dsb).	3,88	Setuju
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk kebutuhan pembayaran maupun menerima pembayaran (seperti menggunakan Mobile Banking, Gopay, QRIS, Shopeepay, LinkAja, DANA, Dsb.).	3,82	Setuju
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk kebutuhan belajar.	3,85	Setuju
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk mengatur urutan pekerjaan (job orders).	3,83	Setuju
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk konten online (seperti blog/berita/artikel/video pendek/Foto).	3,85	Setuju
Rata -rata	3,84	Setuju

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data, 2022

Dari hasil analisis deskriptif pada tabel 4.11 di atas terdapat hasil rata-rata penilaian responden mengenai Penggunaan Aplikasi Seluler yaitu sebesar 3,84 dengan kriteria Setuju. Nilai tertinggi terdapat pada indikator ke-sebelas yang menyatakan “Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk menjual produk dan jasa (bisa melalui Gofood, ShopeeFood, Tokopedia, Shopee, Bukalapak, FB Marketplace, Dsb).” yaitu dengan rata-rata penilaian responden sebesar 3,88. Sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator pertama yang menyatakan “Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk mendapatkan saran dari konsumen” yaitu dengan rata-rata penilaian responden sebesar 3,79.

4.2.2 Deskriptif Variabel Kapabilitas Absorptif

Variabel Kapabilitas Absorptif terdiri dari 7 indikator, hasil statistik variabel Kapabilitas Absorptif dapat dilihat pada tabel 4.12 di bawah ini:

Tabel 4. 11 Hasil Analisis Deskriptif Kapabilitas Absorptif

Indikator	Rata-rata	Kriteria
Kami menggunakan aplikasi seluler untuk bekerja/berhubungan dengan orang lain secara virtual.	3,71	Setuju
Aplikasi seluler memudahkan kami dalam mengubah harga dan kemasan dari produk yang ditawarkan.	3,93	Setuju
Kami dapat meraih peluang penjualan melalui aplikasi seluler.	3,87	Setuju
Penggunaan aplikasi seluler membuat informasi menjadi lebih jelas.	3,78	Setuju
Aplikasi seluler membantu bisnis dalam melakukan riset dan pelatihan.	3,81	Setuju
Aplikasi seluler membantu bisnis kami dalam memenuhi harapan konsumen dengan lebih cepat.	3,85	Setuju
Kami dapat membuat produk yang ditawarkan cocok untuk konsumen ataupun situasi yang spesifik melalui aplikasi seluler.	3,86	Setuju
Rata -rata	3,83	Setuju

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data, 2022

Dari hasil analisis deskriptif pada tabel 4.12 di atas terdapat hasil rata-rata penilaian responden mengenai Kapabilitas Absorptif yaitu sebesar 3,83 dengan kriteria Setuju. Nilai tertinggi terdapat pada indikator kedua yang menyatakan “Aplikasi seluler memudahkan kami dalam mengubah harga dan kemasan dari produk yang ditawarkan” yaitu dengan rata-rata penilaian responden sebesar 3,93. Sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator pertama yang menyatakan

“Kami menggunakan aplikasi seluler untuk bekerja/berhubungan dengan orang lain secara virtual” yaitu dengan rata-rata penilaian responden sebesar 3,71.

4.2.3 Deskriptif Variabel Kapabilitas Adaptif

Variabel Kapabilitas Adaptif terdiri dari 5 indikator, hasil statistik variabel Kapabilitas Adaptif dapat dilihat pada tabel 4.13 di bawah ini:

Tabel 4. 12 Hasil Analisis Deskriptif Kapabilitas Adaptif

Indikator	Rata-rata	Kriteria
Bisnis kami membangun jaringan dengan masyarakat dan beriklan melalui aplikasi seluler.	3,89	Setuju
Aplikasi seluler memudahkan bisnis kami dalam mengenali kebutuhan atau permasalahan dalam bisnis kami.	3,90	Setuju
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk berhubungan dengan konsumen.	3,83	Setuju
Aplikasi seluler memudahkan bisnis kami dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial dan internet.	3,93	Setuju
Bisnis kami mendapatkan penilaian (review) dan rujukan melalui aplikasi seluler.	3,87	Setuju
Rata -rata	3,88	Setuju

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data, 2022

Dari hasil analisis deskriptif pada tabel 4.13 di atas terdapat hasil rata-rata penilaian responden mengenai Kapabilitas Adaptif yaitu sebesar 3,88 dengan kriteria Setuju. Nilai tertinggi terdapat pada indikator keempat yang menyatakan “Aplikasi seluler memudahkan bisnis kami dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial dan internet” yaitu dengan rata-rata penilaian responden sebesar 3,93. Sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator ketiga yang

menyatakan “Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk berhubungan dengan konsumen” yaitu dengan rata-rata penilaian responden sebesar 3,83.

4.2.4 Deskriptif Variabel Kapabilitas Inovatif

Variabel Kapabilitas Inovatif terdiri dari 3 indikator, hasil statistik variabel Kapabilitas Inovatif dapat dilihat pada tabel 4.14 di bawah ini:

Tabel 4. 13 Hasil Analisis Deskriptif Kapabilitas Inovatif

Indikator	Rata-rata	Kriteria
Aplikasi seluler memberikan kemampuan bisnis kami dalam mencontoh dan menyesuaikan penawaran.	3,74	Setuju
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk menyesuaikan kemasan ataupun harga dari produk yang ditawarkan.	3,93	Setuju
Aplikasi seluler mempermudah bisnis kami dalam melakukan penjualan dan pengadaan.	3,93	Setuju
Rata -rata	3,87	Setuju

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data, 2022

Dari hasil analisis deskriptif pada tabel 4.14 di atas terdapat hasil rata-rata penilaian responden mengenai Kapabilitas Inovatif yaitu sebesar 3,87 dengan kriteria Setuju. Nilai tertinggi terdapat pada indikator kedua dan ketiga yang menyatakan “Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk menyesuaikan kemasan ataupun harga dari produk yang ditawarkan” dan “Aplikasi seluler mempermudah bisnis kami dalam melakukan penjualan dan pengadaan” yaitu dengan rata-rata penilaian responden sebesar 3,93. Sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator pertama yang

menyatakan “Aplikasi seluler memberikan kemampuan bisnis kami dalam mencontoh dan menyesuaikan penawaran” yaitu dengan rata-rata penilaian responden sebesar 3,74.

4.2.5 Deskriptif Variabel Kapabilitas Sensing Peluang

Variabel Kapabilitas Sensing Peluang terdiri dari 5 indikator, hasil statistik variabel Kapabilitas Sensing Peluang dapat dilihat pada tabel 4.15 di bawah ini:

Tabel 4. 14 Hasil Analisis Deskriptif Kapabilitas Sensing Peluang

Indikator	Rata-rata	Kriteria
Bisnis kami dapat memprediksi atau meramalkan peluang di masa yang akan datang dengan menggunakan aplikasi seluler.	3,82	Setuju
Aplikasi seluler memudahkan bisnis kami mengenali peluang.	3,80	Setuju
Bisnis kami lebih mudah menyadari peluang dengan menggunakan aplikasi seluler.	3,75	Setuju
Bisnis kami menciptakan peluang baru dengan menggunakan aplikasi seluler.	3,78	Setuju
Bisnis kami dapat menemukan peluang tersembunyi dengan menggunakan aplikasi seluler.	3,80	Setuju
Rata -rata	3,79	Setuju

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data, 2022

Dari hasil analisis deskriptif pada tabel 4.15 di atas terdapat hasil rata-rata penilaian responden mengenai Kapabilitas Sensing Peluang yaitu sebesar 3,79 dengan kriteria Setuju. Nilai tertinggi terdapat pada indikator pertama yang menyatakan “Bisnis kami dapat memprediksi atau meramalkan peluang di masa yang akan datang dengan menggunakan aplikasi seluler” yaitu dengan rata-rata penilaian responden sebesar 3,82. Sedangkan nilai terendah terdapat pada

indikator ketiga yang menyatakan “Bisnis kami lebih mudah menyadari peluang dengan menggunakan aplikasi seluler” yaitu dengan rata-rata penilaian responden sebesar 3,75.

4.2.6 Deskriptif Variabel Kapabilitas Shaping Peluang

Variabel Kapabilitas Shaping Peluang terdiri dari 4 indikator, hasil statistik variabel Kapabilitas Shaping Peluang dapat dilihat pada tabel 4.16 di bawah ini:

Tabel 4. 15 Hasil Analisis Deskriptif Kapabilitas Shaping Peluang

Indikator	Rata-rata	Kriteria
Bisnis kami dapat menganalisa peluang dengan menggunakan aplikasi seluler.	3,83	Setuju
Bisnis kami dapat mengenali risiko yang hadir bersama dengan peluang dengan menggunakan aplikasi seluler.	3,87	Setuju
Bisnis kami dapat memahami peluang lebih baik dengan menggunakan aplikasi seluler.	3,88	Setuju
Aplikasi seluler memudahkan bisnis kami dalam memilah peluang bisnis yang menguntungkan dan yang tidak menguntungkan.	3,85	Setuju
Rata -rata	3,86	Setuju

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data, 2022

Dari hasil analisis deskriptif pada tabel 4.16 di atas terdapat hasil rata-rata penilaian responden mengenai Kapabilitas Shaping Peluang yaitu sebesar 3,86 dengan kriteria Setuju. Nilai tertinggi terdapat pada indikator ketiga yang menyatakan “Bisnis kami dapat memahami peluang lebih baik dengan menggunakan aplikasi seluler” yaitu dengan rata-rata penilaian responden sebesar 3,88. Sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator pertama yang menyatakan “Bisnis kami dapat

menganalisa peluang dengan menggunakan aplikasi seluler” yaitu dengan rata-rata penilaian responden sebesar 3,83.

4.2.7 Deskriptif Variabel Kapabilitas Seizing Peluang

Variabel Kapabilitas Seizing Peluang terdiri dari 5 indikator, hasil statistik variabel Kapabilitas Seizing Peluang dapat dilihat pada tabel 4.17 di bawah ini:

Tabel 4. 16 Hasil Analisis Deskriptif Kapabilitas Seizing Peluang

Indikator	Rata-rata	Kriteria
Bisnis kami mampu mencegah ancaman dengan menggunakan aplikasi seluler.	3,83	Setuju
Bisnis kami mengalokasikan sumber daya menggunakan aplikasi seluler.	3,85	Setuju
Aplikasi seluler memudahkan bisnis kami dalam menutup celah-celah dalam bisnis.	3,89	Setuju
Aplikasi seluler memudahkan bisnis kami dalam meminimalisir risiko.	3,82	Setuju
Aplikasi seluler memudahkan bisnis kami untuk dapat menerapkan ide-ide baru dengan cepat.	3,88	Setuju
Rata -rata	3,85	Setuju

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data, 2022

Dari hasil analisis deskriptif pada tabel 4.17 di atas terdapat hasil rata-rata penilaian responden mengenai Kapabilitas Seizing Peluang yaitu sebesar 3,85 dengan kriteria Setuju. Nilai tertinggi terdapat pada indikator ketiga yang menyatakan “Aplikasi seluler memudahkan bisnis kami dalam menutup celah-celah dalam bisnis” yaitu dengan rata-rata penilaian responden sebesar 3,89. Sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator keempat yang menyatakan “Aplikasi seluler memudahkan bisnis kami dalam meminimalisir risiko” yaitu dengan rata-rata penilaian responden sebesar 3,82.

4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Penelitian

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian sudah dapat dikatakan valid dan reliabel. Penelitian ini terdiri dari 7 variabel dan 44 item pertanyaan dengan jumlah responden sebanyak 240 orang dengan penggunaan aplikasi AMOS versi 24.

Ghozali (2017) mengatakan bahwa suatu data dikatakan valid apabila nilai *factor loading* > 0,5 dan hasil pengujian dikatakan reliabel jika memiliki nilai *construct reliability* > 0,7. Berikut hasil dari uji validitas dan reliabilitas berdasarkan masing-masing variabel:

Tabel 4. 17 Uji Validitas dan Reliabilitas Masing-Masing Variabel

Variabel	Butir	<i>Factor Loading</i>	Keterangan	<i>Construct Reliability</i>	Keterangan
Penggunaan Aplikasi Seluler	PAS1	0,846	Valid	0,975	Reliabel
	PAS2	0,866	Valid		
	PAS3	0,823	Valid		
	PAS4	0,824	Valid		
	PAS5	0,833	Valid		
	PAS6	0,861	Valid		
	PAS7	0,836	Valid		
	PAS8	0,874	Valid		
	PAS9	0,848	Valid		
	PAS10	0,849	Valid		
	PAS11	0,850	Valid		
	PAS12	0,856	Valid		
	PAS13	0,864	Valid		
	PAS14	0,827	Valid		
	PAS15	0,864	Valid		
Kapabilitas Absorptif	KAB1	0,859	Valid	0,938	Reliabel
	KAB2	0,813	Valid		
	KAB3	0,820	Valid		
	KAB4	0,830	Valid		
	KAB5	0,835	Valid		

	KAB6	0,775	Valid		
	KAB7	0,853	Valid		
Kapabilitas Adaptif	KAD1	0,787	Valid	0,908	Reliabel
	KAD2	0,820	Valid		
	KAD3	0,810	Valid		
	KAD4	0,807	Valid		
	KAD5	0,850	Valid		
Kapabilitas Inovatif	KIN1	0,874	Valid	0,869	Reliabel
	KIN2	0,749	Valid		
	KIN3	0,861	Valid		
Kapabilitas Sensing	KSE1	0,871	Valid	0,938	Reliabel
	KSE2	0,838	Valid		
	KSE3	0,859	Valid		
	KSE4	0,854	Valid		
	KSE5	0,907	Valid		
Kapabilitas Shaping	KSH1	0,824	Valid	0,895	Reliabel
	KSH2	0,819	Valid		
	KSH3	0,845	Valid		
	KSH4	0,814	Valid		
Kapabilitas Seizing	KSI1	0,841	Valid	0,916	Reliabel
	KSI2	0,819	Valid		
	KSI3	0,827	Valid		
	KSI4	0,817	Valid		
	KSI5	0,837	Valid		

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data, 2022

Pada penelitian ini hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator pertanyaan yang mewakili ke tujuh variabel penelitian dinyatakan valid karena memiliki nilai *factor loading* > 0,5. Sedangkan, hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *construct reliability* pada masing-masing variabel > 0,7. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa keseluruhan instrumen penelitian tersebut reliabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

4.4 Analisis Data SEM

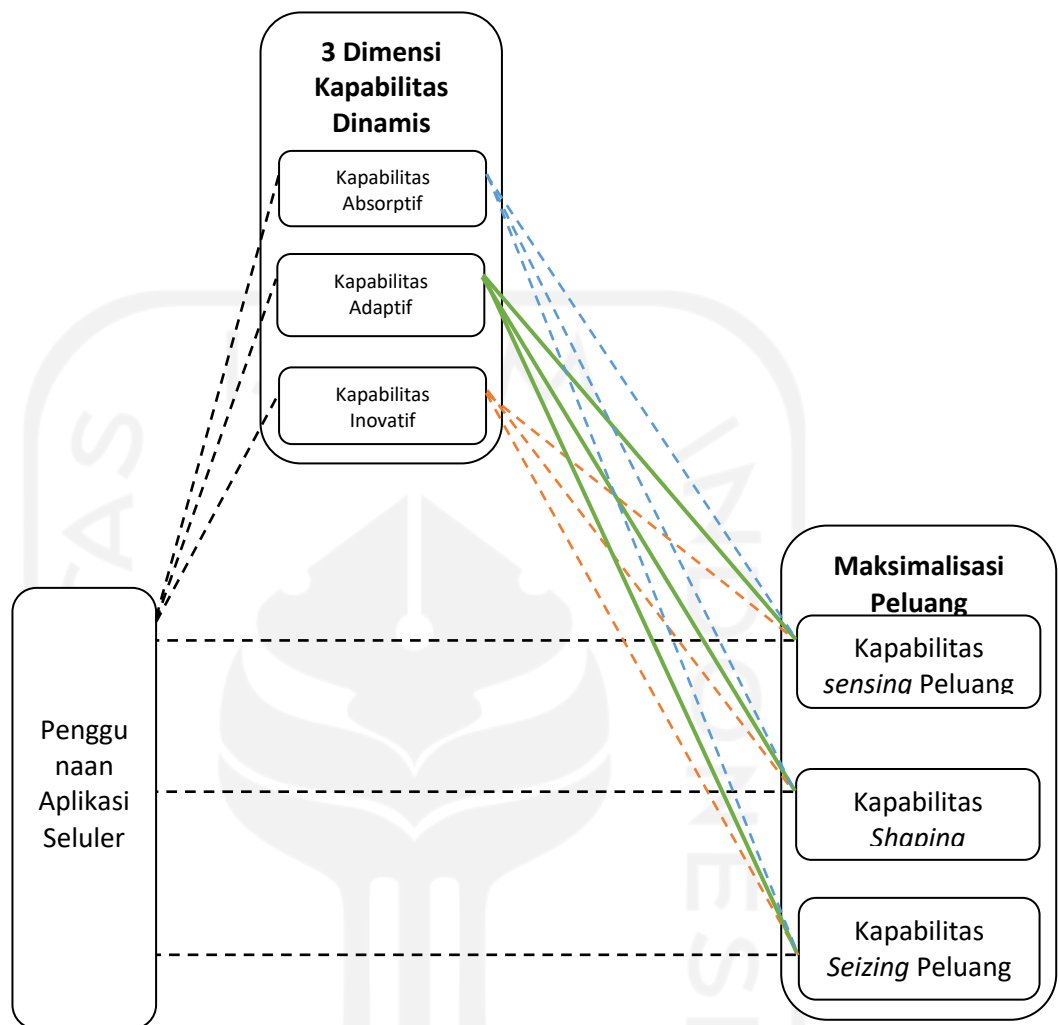
Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling (SEM)* yang dioperasikan dengan menggunakan aplikasi AMOS 24. Program AMOS 24 menunjukkan pengukuran dan masalah struktural, yang digunakan untuk menganalisis dan menguji model hipotesis.

1. Pengembangan Model secara Teoritis

Pengembangan model dalam penelitian ini didasarkan atas konsep analisis data yang telah dijelaskan pada bab II. Secara umum model tersebut terdiri dari variabel independen (eksogen), variabel laten, dan variabel dependen (endogen), dimana pada penelitian ini terdiri dari 1 variabel independen (penggunaan Aplikasi Seluler), 3 variabel laten (Kapabilitas Absorptif, Kapabilitas Adaptif dan Kapabilitas Inovatif), dan 3 variabel dependen (Kapabilitas Sensing Peluang, Kapabilitas Shaping Peluang dan Kapabilitas Seizing Peluang).

2. Menyusun Diagram Jalur

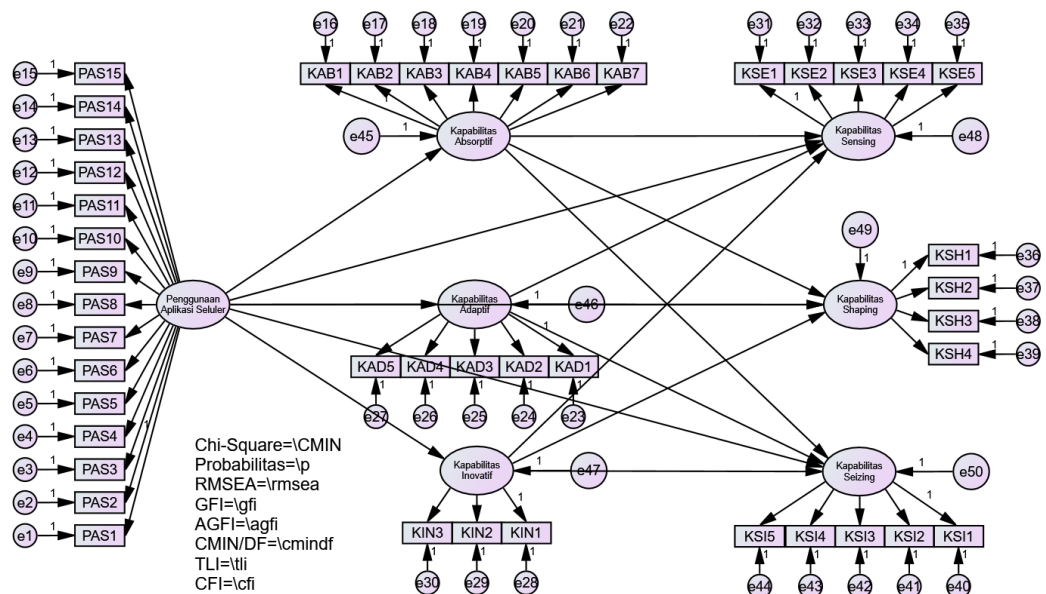
Tahap selanjutnya adalah menyusun diagram jalur. Peneliti harus menyusun model dalam bentuk diagram jalur untuk memudahkan dalam melihat hubungan-hubungan kausalitas yang akan diuji. Hubungan antara konstruk akan dinyatakan melalui anak panah, dimana anak panah yang lurus menunjukkan hubungan kausal yang langsung antar konstruk. Pengukuran hubungan antara variabel dalam SEM dinamakan *structural model*. Berdasarkan landasan teori yang ada maka dibuatlah jalur untuk SEM sebagai berikut:



Gambar 4. 1 Gambar Diagram Jalur

3. Mengubah Diagram Jalur menjadi Persamaan Struktural

Langkah selanjutnya setelah membuat gambar diagram jalur, maka peneliti harus mengkonversikan diagram jalur tersebut ke dalam persamaan, baik persamaan struktural maupun persamaan model pengukuran.



Gambar 4. 2 Gambar Model Persamaan Struktural

4. Input Matriks dan Evaluasi Struktural

Input matriks yang digunakan adalah kovarian dan korelasi. Estimasi model yang digunakan adalah estimasi maksimum *likelihood* (ML), yang dimana estimasi ML telah dipenuhi dengan asumsi sebagai berikut:

a. Ukuran Sampel

Jumlah sampel data yang digunakan sudah memenuhi asumsi SEM, yaitu 240 data dan sesuai dengan ketentuan yang direkomendasikan yaitu 100-400 data.

b. Normalitas Data

Dalam output AMOS, uji normalitas dilakukan dengan membandingkan *critical ratio* (CR) pada *assessment of normality* dengan kritis $\pm 2,58$ pada level 0,01.

Tabel 4. 18 Uji Normalitas

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KSI5	2.000	5.000	-.460	-2.910	-.387	-1.225
KSI4	1.000	5.000	-.588	-3.720	.260	.823
KSI3	1.000	5.000	-.599	-3.791	.240	.760
KSI2	2.000	5.000	-.555	-3.509	-.176	-.556
KSI1	1.000	5.000	-.541	-3.425	.163	.515
KSH4	1.000	5.000	-.376	-2.376	-.134	-.425
KSH3	1.000	5.000	-.487	-3.082	-.126	-.400
KSH2	2.000	5.000	-.312	-1.975	-.607	-1.921
KSH1	1.000	5.000	-.333	-2.106	.086	.272
KSE5	1.000	5.000	-.378	-2.392	-.579	-1.831
KSE4	2.000	5.000	-.323	-2.040	-.669	-2.116
KSE3	1.000	5.000	-.441	-2.789	-.404	-1.278
KSE2	1.000	5.000	-.392	-2.479	-.616	-1.948
KSE1	1.000	5.000	-.420	-2.656	-.332	-1.049
KIN3	1.000	5.000	-.721	-4.563	-.063	-.199
KIN2	1.000	5.000	-.456	-2.882	-.192	-.606
KIN1	1.000	5.000	-.618	-3.911	.206	.651
KAD5	1.000	5.000	-.354	-2.236	-.679	-2.147
KAD4	1.000	5.000	-.512	-3.236	-.120	-.378
KAD3	1.000	5.000	-.444	-2.811	-.247	-.782
KAD2	1.000	5.000	-.416	-2.629	-.548	-1.734
KAD1	1.000	5.000	-.554	-3.505	.068	.216
KAB7	1.000	5.000	-.556	-3.514	.233	.737
KAB6	1.000	5.000	-.351	-2.217	-.084	-.265
KAB5	1.000	5.000	-.473	-2.995	-.110	-.347
KAB4	1.000	5.000	-.504	-3.187	.163	.516
KAB3	1.000	5.000	-.516	-3.261	-.304	-.960
KAB2	1.000	5.000	-.543	-3.436	.092	.290
KAB1	1.000	5.000	-.410	-2.592	-.275	-.870
PAS15	1.000	5.000	-.469	-2.968	-.103	-.325
PAS14	1.000	5.000	-.395	-2.498	-.295	-.932
PAS13	1.000	5.000	-.410	-2.591	-.423	-1.338
PAS12	1.000	5.000	-.472	-2.983	-.149	-.470
PAS11	1.000	5.000	-.545	-3.450	-.015	-.046
PAS10	1.000	5.000	-.510	-3.224	-.371	-1.175
PAS9	1.000	5.000	-.432	-2.735	-.121	-.383
PAS8	1.000	5.000	-.466	-2.946	-.288	-.912
PAS7	2.000	5.000	-.361	-2.280	-.771	-2.437

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
PAS6	1.000	5.000	-.485	-3.066	-.124	-.391
PAS5	1.000	5.000	-.473	-2.990	.161	.511
PAS4	1.000	5.000	-.394	-2.491	-.271	-.856
PAS3	1.000	5.000	-.434	-2.744	-.192	-.607
PAS2	1.000	5.000	-.497	-3.142	-.428	-1.355
PAS1	1.000	5.000	-.359	-2.271	-.298	-.942
Multivariate					-19.807	-2.411

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan tabel uji normalitas menunjukkan bahwa uji normalitas secara *univariate* mayoritas berdistribusi normal karena nilai *critical ratio* (C.R) untuk kurtosis (keruncingan) maupun *skewness* (kemencengan), berada dalam rentang $\pm 2,58$. Sedangkan secara *multivariate* data memenuhi asumsi normal karena nilai -2.411 berada dalam rentang $\pm 2,58$.

c. Outliers

Evaluasi terhadap multivariate outliers dapat dilihat melalui output AMOS Mahalanobis Distance. Kriteria yang digunakan pada tingkat $p < 0.001$. Jarak tersebut dievaluasi dengan menggunakan X^2 pada derajat bebas sebesar jumlah variabel terukur yang digunakan dalam penelitian. Nilai *mahalanobis distance* diukur dengan menggunakan nilai *chi-square* pada degree of freedom sebesar 44 indicator pada tingkat $p < 0,001$ dengan menggunakan rumus $X^2 (44;0,001)$. Dalam kasus ini didapatkan nilai sebesar 78,74. Artinya semua data/kasus yang lebih besar dari 78,74 merupakan outliers multivariate. Hasil analisis outlier dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 19 Uji Outlier

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
124	65.035	.021	.994
91	62.248	.036	.999
106	61.596	.041	.997
217	60.673	.048	.997
73	60.120	.053	.996
.	.	.	.
.	.	.	.
.	.	.	.
.	.	.	.
.	.	.	.
132	45.464	.411	.657
71	45.395	.414	.641
159	45.266	.419	.653
165	45.201	.422	.636
202	45.142	.424	.615

Sumber: Olah data, 2022

Pada tabel hasil uji outliers menunjukkan nilai dari Mahalanobis Distance, dari data yang diolah tidak terdeteksi adanya nilai yang lebih besar dari 78,74. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak ada yang *outliers*.

5. Identifikasi Model Struktural

Beberapa cara untuk melihat ada tidaknya masalah adalah dengan melihat hasil estimasi. Analisis SEM hanya dapat dilakukan apabila hasil identifikasi model menunjukkan bahwa model termasuk dalam kategori *over-identified*. Identifikasi ini dilakukan dengan melihat nilai *Degrees Freedom* (df) dari model yang dibuat.

Tabel 4. 20 Computation of Degrees Freedom (Default Model)

Number of distinct sample moments:	990
Number of distinct parameters to be estimated:	103
Degrees of freedom (990 - 103):	887

Sumber: Data diolah, 2022.

Pada tabel 4.20 diketahui hasil menunjukkan nilai df model sebesar 887. Hal ini mengindikasikan bahwa model termasuk kategori *over identified* karena memiliki nilai df positif. Oleh karena itu, analisa data bisa dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

6. Menilai Kriteria *Goodness of Fit*

Menilai *goodness of fit* menjadi tujuan utama dalam SEM untuk mengetahui sampai seberapa jauh model yang dihipotesiskan *fit* atau cocok dengan sampel data. Hasil *goodness of fit* ditampilkan pada data berikut ini:

Tabel 4. 21 Hasil Uji Goodness of Fit Indeks

<i>Goodness of fit indeks</i>	<i>Cut-off value</i>	Model penelitian	Kriteria
X^2 Chi-Square	Diharapkan kecil	1120,128	Marginal Fit
Probabilitas	> 0,05	0,000	Marginal Fit
CMIN/DF	≤ 2.0	1,263	Good Fit
GFI	≥ 0.90	0,835	Marginal Fit
RMSEA	≤ 0.08	0,033	Good Fit
AGFI	≥ 0.90	0,816	Marginal Fit
TLI	≥ 0.90	0,975	Good Fit
CFI	≥ 0.90	0,976	Good Fit

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.21 diatas, dapat dilihat bahwa pengukuran *goodness of fit* diatas terdapat indeks kriteria yang menunjukkan model penelitian *marginal fit*. Meskipun demikian, model yang diajukan dalam penelitian ini masih dapat diterima karena CMIN/DF, RMSEA, TLI dan NFI telah memenuhi kriteria *fit*.

7. Interpretasi dan memodifikasi model

Apabila model tidak *fit* dengan data maka dapat dilakukan beberapa tindakan dibawah ini:

1. Memodifikasi model dengan menambahkan garis hubung
2. Menambah variabel jika data tersedia
3. Mengurangi variabel

Modifikasi model yang dilakukan apabila model belum dinyatakan fit dan dimodifikasi model dengan melihat *Modification Indices* yang dihasilkan AMOS 22. Hasil penelitian sudah menunjukkan bahwa model telah *fit*, dengan demikian tidak diperlukan modifikasi model.

8. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipoetsis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *CR* dan *P-Value*. Proses pengujian statistik dapat dilihat pada tabel dibawah ini. Menurut Ghozali (2017) bahwa pada pengolahan data terdapat adanya hubungan positif antar variabel jika *critical ratio* (C.R) menunjukkan nilai diatas 1,96 dan dibawah 0,05 untuk nilai p-value. Hsail pengujian hipotesis dapat ditunjukkan pada tabel 4.22 di bawah ini:

Tabel 4. 22 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Estimate	S.E.	CR	<i>p-value</i>	Keterangan
Penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kapabilitas absorptif bagi UMKM di Yogyakarta	0,905	0,065	14,007	0,000	Diterima
Penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kapabilitas adaptif bagi UMKM di Yogyakarta	0,692	0,062	11,196	0,000	Diterima
Penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kapabilitas inovatif bagi UMKM di Yogyakarta	0,643	0,072	8,882	0,000	Diterima
Kapabilitas absorptif berpengaruh positif terhadap kapabilitas <i>sensing</i> peluang bagi UMKM di Yogyakarta	0,288	0,096	3,007	0,003	Diterima
Kapabilitas absorptif berpengaruh positif terhadap kapabilitas <i>shaping</i> peluang bagi UMKM di Yogyakarta	0,202	0,076	2,670	0,008	Diterima
Kapabilitas absorptif berpengaruh positif terhadap kapabilitas <i>seizing</i> peluang bagi UMKM di Yogyakarta	0,202	0,091	2,213	0,027	Diterima
Kapabilitas adaptif berpengaruh positif terhadap kapabilitas <i>sensing</i> peluang bagi UMKM di Yogyakarta	0,245	0,090	2,716	0,007	Diterima
Kapabilitas adaptif berpengaruh positif terhadap kapabilitas <i>shaping</i> peluang bagi UMKM di Yogyakarta	0,153	0,071	2,160	0,031	Diterima
Kapabilitas adaptif berpengaruh positif terhadap kapabilitas <i>seizing</i> peluang bagi UMKM di Yogyakarta	0,184	0,086	2,135	0,033	Diterima
Kapabilitas inovatif berpengaruh positif terhadap kapabilitas <i>sensing</i> peluang bagi UMKM di Yogyakarta	0,126	0,058	2,185	0,029	Diterima
Kapabilitas inovatif berpengaruh positif terhadap kapabilitas <i>shaping</i> peluang bagi UMKM di Yogyakarta	0,110	0,046	2,400	0,016	Diterima
Kapabilitas inovatif berpengaruh positif terhadap	0,161	0,055	2,905	0,004	Diterima

kapabilitas <i>seizing</i> peluang bagi UMKM di Yogyakarta					
Penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kapabilitas <i>sensing</i> peluang bagi UMKM di Yogyakarta	0,350	0,106	3,307	0,000	Diterima
Penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kapabilitas <i>shaping</i> peluang bagi UMKM di Yogyakarta	0,432	0,086	5,012	0,000	Diterima
Penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kapabilitas <i>seizing</i> peluang bagi UMKM di Yogyakarta	0,350	0,102	3,434	0,000	Diterima

Sumber: Data diolah, 2022.

Berdasarkan tabel 4.16 dapat dilihat hasil uji hipotesis yang dapat menjelaskan koefisien dan nilai signifikansi pengaruh antar variabel terkait. Hasil dari pengujian hipotesis dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

1. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas Absorptif

Parameter estimasi nilai koefisien pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas Absorptif bernilai positif sebesar 0,905 hal ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi seluler memiliki hubungan dengan kapabilitas absorptive positif. Pengujian signifikansi hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$), dengan demikian Hipotesis 1a yang menyatakan “Penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kapabilitas absorptif bagi UMKM di Yogyakarta”, diterima.

2. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas Adaptif

Parameter estimasi nilai koefisien pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas Adaptif bernilai positif sebesar 0,692 hal ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi seluler memiliki hubungan dengan kapabilitas adaptif positif. Pengujian signifikansi hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$), dengan demikian Hipotesis 1b yang menyatakan “Penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kapabilitas adaptif bagi UMKM di Yogyakarta”, diterima.

3. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas Inovatif

Parameter estimasi nilai koefisien pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas Inovatif bernilai positif sebesar 0,643 hal ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi seluler memiliki hubungan dengan kapabilitas inovatif positif. Pengujian signifikansi hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$), dengan demikian Hipotesis 1c yang menyatakan “Penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kapabilitas inovatif bagi UMKM di Yogyakarta”, diterima.

4. Pengaruh Kapabilitas Absorptif terhadap Kapabilitas *Sensing* Peluang

Parameter estimasi nilai koefisien pengaruh Kapabilitas Absorptif terhadap Kapabilitas *Sensing* Peluang bernilai positif sebesar 0,288 hal ini menunjukkan bahwa kapabilitas absorptive memiliki hubungan dengan kapabilitas *sensing* peluang positif. Pengujian signifikansi hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,003 ($p < 0,05$), dengan demikian Hipotesis 2a yang menyatakan “Kapabilitas absorptif berpengaruh positif terhadap kapabilitas *sensing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta”, diterima.

5. Pengaruh Kapabilitas Absorptif terhadap Kapabilitas *Shaping* Peluang

Parameter estimasi nilai koefisien pengaruh Kapabilitas Absorptif terhadap Kapabilitas *Shaping* Peluang bernilai positif sebesar 0,202 hal ini menunjukkan bahwa kapabilitas absorptive memiliki hubungan dengan kapabilitas *shaping* peluang positif. Pengujian signifikansi hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,008 ($p < 0,05$), dengan demikian Hipotesis 2b yang menyatakan “Kapabilitas absorptif berpengaruh positif terhadap kapabilitas *shaping* peluang bagi UMKM di Yogyakarta”, diterima.

6. Pengaruh Kapabilitas Absorptif terhadap Kapabilitas *Seizing* Peluang

Parameter estimasi nilai koefisien pengaruh Kapabilitas Absorptif terhadap Kapabilitas *Seizing* Peluang bernilai positif sebesar 0,202 hal ini menunjukkan bahwa kapabilitas absorptive memiliki hubungan dengan kapabilitas *seizing* peluang positif. Pengujian signifikansi hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,027 ($p < 0,05$), dengan demikian Hipotesis 2c yang menyatakan “Kapabilitas absorptif berpengaruh positif terhadap kapabilitas *seizing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta”, diterima.

7. Pengaruh Kapabilitas Adaptif terhadap Kapabilitas *Sensing* Peluang

Parameter estimasi nilai koefisien pengaruh Kapabilitas Adaptif terhadap Kapabilitas *Sensing* Peluang bernilai positif sebesar 0,245 hal ini menunjukkan bahwa kapabilitas adaptif memiliki hubungan dengan kapabilitas *sensing* peluang positif. Pengujian signifikansi hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,007 ($p < 0,05$), dengan demikian Hipotesis 3a yang menyatakan “Kapabilitas adaptif berpengaruh positif terhadap kapabilitas *sensing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta”, diterima.

8. Pengaruh Kapabilitas Adaptif terhadap Kapabilitas *Shaping* Peluang

Parameter estimasi nilai koefisien pengaruh Kapabilitas Adaptif terhadap Kapabilitas *Shaping* Peluang bernilai positif sebesar 0,153 hal ini menunjukkan bahwa kapabilitas adaptif memiliki hubungan dengan kapabilitas *shaping* peluang positif. Pengujian signifikansi hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,031 ($p < 0,05$), dengan demikian Hipotesis 3b yang menyatakan “Kapabilitas adaptif berpengaruh positif terhadap kapabilitas *shaping* peluang bagi UMKM di Yogyakarta”, diterima.

9. Pengaruh Kapabilitas Adaptif terhadap Kapabilitas *Seizing* Peluang

Parameter estimasi nilai koefisien pengaruh Kapabilitas Adaptif terhadap Kapabilitas *Seizing* Peluang bernilai positif sebesar 0,184 hal ini menunjukkan bahwa kapabilitas adaptif memiliki hubungan dengan kapabilitas *seizing* peluang positif.

Pengujian signifikansi hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,033 ($p < 0,05$), dengan demikian Hipotesis 3c yang menyatakan “Kapabilitas adaptif berpengaruh positif terhadap kapabilitas *seizing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta”, diterima.

10. Pengaruh Kapabilitas Inovatif terhadap Kapabilitas *Sensing* Peluang

Parameter estimasi nilai koefisien pengaruh Kapabilitas Inovatif terhadap Kapabilitas *Sensing* Peluang bernilai positif sebesar 0,126 hal ini menunjukkan bahwa kapabilitas inovatif memiliki hubungan dengan kapabilitas *sensing* peluang positif. Pengujian signifikansi hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,029 ($p < 0,05$), dengan demikian Hipotesis 4a yang menyatakan “Kapabilitas inovatif berpengaruh positif terhadap kapabilitas *sensing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta”, diterima.

11. Pengaruh Kapabilitas Inovatif terhadap Kapabilitas *Shaping* Peluang

Parameter estimasi nilai koefisien pengaruh Kapabilitas Inovatif terhadap Kapabilitas *Shaping* Peluang bernilai positif sebesar 0,110 hal ini menunjukkan bahwa kapabilitas inovatif memiliki hubungan dengan kapabilitas *shaping* peluang positif. Pengujian signifikansi hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,016 ($p < 0,05$), dengan demikian Hipotesis 4b yang menyatakan “Kapabilitas inovatif berpengaruh positif terhadap kapabilitas *shaping* peluang bagi UMKM di Yogyakarta”, diterima.

12. Pengaruh Kapabilitas Inovatif terhadap Kapabilitas *Seizing* Peluang

Parameter estimasi nilai koefisien pengaruh Kapabilitas Inovatif terhadap Kapabilitas *Seizing* Peluang bernilai positif sebesar 0,161 hal ini menunjukkan bahwa kapabilitas inovatif memiliki hubungan dengan kapabilitas *seizing* peluang positif. Pengujian signifikansi hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,004 ($p < 0,05$), dengan demikian Hipotesis 4c yang menyatakan “Kapabilitas inovatif berpengaruh positif terhadap kapabilitas *seizing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta”, diterima.

13. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas *Sensing* Peluang

Parameter estimasi nilai koefisien pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas *Sensing* Peluang bernilai positif sebesar 0,350 hal ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi seluler memiliki hubungan dengan kapabilitas *sensing* peluang positif. Pengujian signifikansi hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$), dengan demikian Hipotesis 5a yang menyatakan “Penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kapabilitas *sensing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta”, diterima.

14. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas *Shaping* Peluang

Parameter estimasi nilai koefisien pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas *Shaping* Peluang bernilai positif sebesar 0,432 hal ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi seluler memiliki hubungan dengan kapabilitas *shaping* peluang positif. Pengujian signifikansi hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$), dengan demikian Hipotesis 5b yang menyatakan “Penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kapabilitas *shaping* peluang bagi UMKM di Yogyakarta”, diterima.

15. Pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas *Seizing* Peluang

Parameter estimasi nilai koefisien pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas *Seizing* Peluang bernilai positif sebesar 0,350 hal ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi seluler memiliki hubungan dengan kapabilitas *seizing* peluang positif. Pengujian signifikansi hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,05$), dengan demikian Hipotesis 5c yang menyatakan “Penggunaan aplikasi seluler berpengaruh positif terhadap kapabilitas *seizing* peluang bagi UMKM di Yogyakarta”, diterima.

4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data tentang pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas Dinamis bagi UMKM di DI Yogyakarta menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan berhasil. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis maka dapat dijelaskan analisis pengaruh antar variabel sebagai berikut:

4.5.1 Pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas Absorptif

Hasil pengujian hipotesis 1a menunjukkan bahwa Penggunaan Aplikasi Seluler berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kapabilitas Absorptif. Hal ini dibuktikan dengan koefisien yang bernilai positif sebesar 0,905 dan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti semakin kuat pengaruh yang diberikan pada penggunaan aplikasi seluler maka akan mampu meningkatkan kapabilitas absorptif secara positif pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian ini sejalan dengan Timorria (2021) yang menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi seluler mampu meningkatkan kapabilitas absorptif yang dimiliki perusahaan. Melalui aplikasi seluler, UMKM dapat memperoleh informasi yang dapat diterapkan pada kegiatan bisnisnya yang dinilai mampu memberikan keuntungan. Dengan demikian produktivitas yang dimiliki UMKM akan semakin baik.

4.5.2 Pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas Adaptif

Hasil pengujian hipotesis 1b menunjukkan bahwa Penggunaan Aplikasi Seluler berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kapabilitas Adaptif. Hal ini dibuktikan dengan koefisien yang bernilai positif sebesar 0,692 dan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti semakin kuat pengaruh yang diberikan pada penggunaan aplikasi seluler maka akan mampu meningkatkan kapabilitas adaptif secara positif pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian ini sejalan dengan Quade & Leimstoll (2015) yang menyatakan bahwa penggunaan aplikasi seluler secara optimal mampu meningkatkan kemampuan perusahaan dalam beradaptasi dengan kebutuhan pasar dan harapan konsumen. Penggunaan aplikasi seluler akan mampu memberikan informasi yang dibutuhkan perusahaan untuk mengetahui kondisi pasar dan pelanggannya. Hal ini dapat dimanfaatkan UMKM untuk dapat beradaptasi dengan kondisi yang sedang terjadi. Dengan demikian UMKM akan memiliki kesiapan yang baik dalam menghadapi kondisi pasar dan pelanggan yang berubah-ubah.

4.5.3 Pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas Inovatif

Hasil pengujian hipotesis 1c menunjukkan bahwa Penggunaan Aplikasi Seluler berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kapabilitas Inovatif. Hal ini dibuktikan dengan koefisien yang bernilai

positif sebesar 0,643 dan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti semakin kuat pengaruh yang diberikan pada penggunaan aplikasi seluler maka akan mampu meningkatkan kapabilitas inovatif secara positif pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian ini sejalan dengan Bezerra, et. al. (2015) yang menyatakan bahwa penggunaan aplikasi seluler secara optimal mampu memberikan dampak positif pada kemampuan perusahaan untuk melakukan inovasi dalam menghasilkan produk yang lebih baik. Penggunaan aplikasi seluler akan dapat memfasilitasi UMKM dalam memperoleh informasi tentang kondisi pasar dan harapan pelanggannya. UMKM juga dapat melakukan observasi yang bertujuan untuk dapat memperoleh produk dengan kualitas yang lebih baik dari sebelumnya berdasarkan informasi yang dimiliki. Dengan demikian UMKM akan dapat melakukan produksi dengan kualitas yang semakin baik berdasarkan inovasi yang dihasilkan.

4.5.4 Pengaruh Kapabilitas Absorptif terhadap Kapabilitas Sensing Peluang

Hasil pengujian hipotesis 2a menunjukkan bahwa Kapabilitas Absorptif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kapabilitas Sensing Peluang. Hal ini dibuktikan dengan koefisien yang bernilai positif sebesar 0,288 dan nilai sig. sebesar $0,003 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik kapabilitas absorptive maka akan mampu meningkatkan kapabilitas sensing peluang secara positif pada UMKM di Daerah

Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian ini sejalan dengan Haas (2015) yang menunjukkan bahwa kemampuan absorptif memiliki pengaruh terhadap kapabilitas *sensing* pada perusahaan. Kapabilitas absorptif memungkinkan UMKM memiliki kemampuan yang baik dalam memperoleh dan menyerap informasi baru pada bisnis. Dengan demikian UMKM akan dapat merasakan informasi sebagai peluang yang dibutuhkan untuk memenuhi permintaan pasar dan harapan pelanggan.

4.5.5 Pengaruh Kapabilitas Absorptif terhadap Kapabilitas *Shaping* Peluang

Hasil pengujian hipotesis 2b menunjukkan bahwa Kapabilitas Absorptif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kapabilitas *Shaping* Peluang. Hal ini dibuktikan dengan koefisien yang bernilai positif sebesar 0,202 dan nilai sig. sebesar $0,008 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik kapabilitas absorptive maka akan mampu meningkatkan kapabilitas *shaping* peluang secara positif pada UMKM di Daerah

Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian ini sejalan dengan Wagner & Wagner (2013) yang menunjukkan bahwa kemampuan absorptif memiliki pengaruh terhadap kapabilitas *shaping* pada perusahaan. Kemampuan yang dimiliki UMKM dalam menyerap informasi yang diperoleh akan dapat menjadikannya pengetahuan baru. Melalui informasi yang diperoleh, UMKM akan dapat membentuknya menjadi

pengetahuan baru yang memberikan peluang lebih baik dalam menjalankan aktifitas produksi yang dimiliki.

4.5.6 Pengaruh Kapabilitas Absorptif terhadap Kapabilitas *Seizing* Peluang

Hasil pengujian hipotesis 2c menunjukkan bahwa Kapabilitas Absorptif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kapabilitas *Seizing* Peluang. Hal ini dibuktikan dengan koefisien yang bernilai positif sebesar 0,202 dan nilai sig. sebesar $0,027 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik kapabilitas absorptive maka akan mampu meningkatkan kapabilitas *seizing* peluang secara positif pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian ini sejalan dengan Wagner & Wagner (2013) yang menunjukkan bahwa kemampuan absorptif memiliki pengaruh terhadap kapabilitas *seizing* pada perusahaan. Kapabilitas absorptif mampu menjadikan UMKM untuk dapat menangkap peluang yang diperolehnya melalui aplikasi seluler. Dengan informasi yang dimiliki, UMKM dapat menciptakan pengetahuan baru dalam menciptakan produk yang lebih baik dan memiliki ketahanan pada persaingan pasar yang baik.

4.5.7 Pengaruh Kapabilitas Adaptif terhadap Kapabilitas *Sensing* Peluang

Hasil pengujian hipotesis 3a menunjukkan bahwa Kapabilitas Adaptif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kapabilitas *Sensing* Peluang. Hal ini dibuktikan dengan koefisien yang bernilai

positif sebesar 0,245 dan nilai sig. sebesar $0,007 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik kapabilitas adaptif maka akan mampu meningkatkan kapabilitas *sensing* peluang secara positif pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian ini sejalan dengan Haas (2015) yang menunjukkan bahwa kemampuan adaptif memiliki pengaruh terhadap kapabilitas *sensing* pada perusahaan. Kapabilitas adaptif menjadikan UMKM dapat memiliki kemampuan untuk merasakan kebutuhan pasar dan harapan dari pelanggannya. Dengan kemampuan adaptasi yang baik pada kondisi, UMKM tidak hanya dapat menghasilkan produk yang lebih baik. Namun akan memiliki keunggulan kompetitif yang baik pula karena mampu merasakan fenomena pada pasar dan pelanggan.

4.5.8 Pengaruh Kapabilitas Adaptif terhadap Kapabilitas *Shaping* Peluang

Hasil pengujian hipotesis 3b menunjukkan bahwa Kapabilitas Adaptif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kapabilitas *Shaping* Peluang. Hal ini dibuktikan dengan koefisien yang bernilai positif sebesar 0,153 dan nilai sig. sebesar $0,031 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik kapabilitas adaptif maka akan mampu meningkatkan kapabilitas *shaping* peluang secara positif pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian ini sejalan dengan Wagner & Wagner (2013) yang menunjukkan bahwa kemampuan adaptif memiliki pengaruh terhadap kapabilitas *shaping* pada perusahaan.

Kapabilitas adaptif dari UMKM akan menjadikan mereka memiliki yang baik dalam membentuk peluang dari informasi yang diperoleh. Dengan demikian UMKM akan dapat mengembangkan usahanya dan memiliki kemampuan keunggulan bersaing yang baik.

4.5.9 Pengaruh Kapabilitas Adaptif terhadap Kapabilitas *Seizing* Peluang

Hasil pengujian hipotesis 3c menunjukkan bahwa Kapabilitas Adaptif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kapabilitas *Seizing* Peluang. Hal ini dibuktikan dengan koefisien yang bernilai positif sebesar 0,184 dan nilai sig. sebesar $0,033 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik kapabilitas adaptif maka akan mampu meningkatkan kapabilitas *seizing* peluang secara positif pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian ini sejalan dengan Wagner & Wagner (2013) yang menunjukkan bahwa kemampuan adaptif memiliki pengaruh terhadap kapabilitas *seizing* pada perusahaan. Kapabilitas adaptif yang baik dari UMKM akan membentuk kemampuan dalam beradaptasi dengan kondisi dan fenomena yang terjadi pada pasar. UMKM akan dapat melihat peluang dari setiap penyesuaian yang dilakukan dalam memenuhi permintaan pasar dan memberikan keunggulan dalam bersaing dengan industri yang serupa.

4.5.10 Pengaruh Kapabilitas Inovatif terhadap Kapabilitas *Sensing* Peluang

Hasil pengujian hipotesis 4a menunjukkan bahwa Kapabilitas Inovatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kapabilitas *Sensing* Peluang. Hal ini dibuktikan dengan koefisien yang bernilai positif sebesar 0,126 dan nilai sig. sebesar $0,029 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik kapabilitas inovatif maka akan mampu meningkatkan kapabilitas *sensing* peluang secara positif pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian ini sejalan dengan Faizal et al (2012) yang menunjukkan bahwa kemampuan inovatif berpengaruh positif terhadap kapabilitas *sensing* peluang pada perusahaan. Kapabilitas inovatif yang baik dari UMKM akan menjadikan UMKM senantiasa mencari informasi yang berguna dalam menghasilkan produk baru yang lebih baik. Dengan demikian UMKM akan memiliki keuntungan berupa pengetahuan baru yang dapat digunakan dalam bersaing pada pasar dengan industri yang serupa.

4.5.11 Pengaruh Kapabilitas Inovatif terhadap Kapabilitas *Shaping* Peluang

Hasil pengujian hipotesis 4b menunjukkan bahwa Kapabilitas Inovatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kapabilitas *Shaping* Peluang. Hal ini dibuktikan dengan koefisien yang bernilai positif sebesar 0,110 dan nilai sig. sebesar $0,016 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik kapabilitas inovatif maka akan mampu meningkatkan

kapabilitas *shaping* peluang secara positif pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian ini sejalan dengan Faizal et al (2012) yang menunjukkan bahwa kemampuan inovatif berpengaruh positif terhadap *shaping* peluang pada perusahaan. UMKM dengan kemampuan berinovasi yang baik akan melakukan observasi untuk menghasilkan pengetahuan baru dalam mengembangkan produk yang lebih baik dari sebelumnya. Semakin tinggi kemampuan inovasi yang dimiliki akan menjadikan UMKM lebih baik dalam memahami kebutuhan pasar dan harapan pelanggan. Selanjutnya membentuk informasi yang diperolehnya menjadi pengetahuan yang digunakan dalam upayanya menciptakan produk sesuai dengan permintaan pasar.

4.5.12 Pengaruh Kapabilitas Inovatif terhadap Kapabilitas *Seizing* Peluang

Hasil pengujian hipotesis 4c menunjukkan bahwa Kapabilitas Inovatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kapabilitas *Seizing* Peluang. Hal ini dibuktikan dengan koefisien yang bernilai positif sebesar 0,161 dan nilai sig. sebesar $0,004 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik kapabilitas inovatif maka akan mampu meningkatkan kapabilitas *seizing* peluang secara positif pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian ini sejalan dengan Faizal et al (2012) yang menunjukkan bahwa kemampuan inovatif berpengaruh positif terhadap *seizing* peluang pada perusahaan. Kapabilitas inovatif yang baik dari UMKM menjadikan pemilik atau karyawan berusaha

mencari peluang yang dapat menghasilkan produktifitas semakin baik. UMKM dapat melakukan inovasi guna menghasilkan produk yang lebih unggul dan menangkap peluang yang mungkin dapat memberikan dampak positif bagi kinerja perusahaan.

4.5.13 Pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas *Sensing* Peluang

Hasil pengujian hipotesis 5a menunjukkan bahwa Penggunaan Aplikasi Seluler berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kapabilitas *Sensing* Peluang. Hal ini dibuktikan dengan koefisien yang bernilai positif sebesar 0,350 dan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti semakin kuat pengaruh yang diberikan pada penggunaan aplikasi seluler maka akan mampu meningkatkan kapabilitas *sensing* peluang secara positif pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Didi-quvane & Twinomurinzi (2013) yang menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi seluler mampu meningkatkan kapabilitas *sensing* pada perusahaan.

Penggunaan aplikasi seluler pada aktifitas UMKM akan menghasilkan kecakapan yang dimiliki untuk merasakan adanya peluang bisnis semakin baik. UMKM dapat mengenali peluang yang memiliki prospek baik bagi kinerjanya dalam melaksanakan produktivitas.

4.5.14 Pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas

Shaping Peluang

Hasil pengujian hipotesis 5b menunjukkan bahwa Penggunaan Aplikasi Seluler berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kapabilitas *Shaping Peluang*. Hal ini dibuktikan dengan koefisien yang bernilai positif sebesar 0,432 dan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti semakin kuat pengaruh yang diberikan pada penggunaan aplikasi seluler maka akan mampu meningkatkan kapabilitas *shaping peluang* secara positif pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Haas (2015) yang menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi seluler mampu meningkatkan kapabilitas *shaping* pada perusahaan. Penggunaan aplikasi seluler yang baik pada UMKM akan menghasilkan pengetahuan yang baru yang mendukung produktifitasnya. UMKM dapat memiliki pemahaman yang baik dalam melihat peluang bisnis yang ada, dan dapat memutuskan apakah akan menindaklanjuti peluang tersebut sebagai prospek bisnis yang baik.

4.5.15 Pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas

Seizing Peluang

Hasil pengujian hipotesis 5c menunjukkan bahwa Penggunaan Aplikasi Seluler berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kapabilitas *Seizing Peluang*. Hal ini dibuktikan dengan koefisien yang bernilai positif sebesar 0,350 dan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Hal

ini berarti semakin kuat pengaruh yang diberikan pada penggunaan aplikasi seluler maka akan mampu meningkatkan kapabilitas *seizing* peluang secara positif pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Wagner & Wagner (2013) yang menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi seluler mampu meningkatkan kapabilitas *seizing* pada perusahaan. Penggunaan aplikasi seluler yang dimanfaatkan secara baik dari UMKM dalam menjalankan aktifitas produksi akan dapat memberikan informasi pada peluang yang diperolehnya. UMKM akan dapat memilih dan memilah peluang yang mungkin dapat dilakukannya dalam menjalankan produktifitasnya. Dengan demikian UMKM dapat memutuskan untuk mengeksekusi peluang yang dinilai memiliki prospek yang baik dan tidak memberikan risiko kegagalan yang tinggi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas Absorptif bagi UMKM di Yogyakarta.
2. Terdapat pengaruh positif Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas Adaptif bagi UMKM di Yogyakarta.
3. Terdapat pengaruh positif Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas Inovatif bagi UMKM di Yogyakarta.
4. Terdapat pengaruh positif Kapabilitas Absorptif terhadap Kapabilitas *Sensing* Peluang bagi UMKM di Yogyakarta.
5. Terdapat pengaruh positif Kapabilitas Absorptif terhadap Kapabilitas *Shaping* Peluang bagi UMKM di Yogyakarta.
6. Terdapat pengaruh positif Kapabilitas Absorptif terhadap Kapabilitas *Seizing* Peluang bagi UMKM di Yogyakarta.
7. Terdapat pengaruh positif Kapabilitas Adaptif terhadap Kapabilitas *Sensing* Peluang bagi UMKM di Yogyakarta.
8. Terdapat pengaruh positif Kapabilitas Adaptif terhadap Kapabilitas *Shaping* Peluang bagi UMKM di Yogyakarta.
9. Terdapat pengaruh positif Kapabilitas Adaptif terhadap Kapabilitas *Seizing* Peluang bagi UMKM di Yogyakarta.

10. Terdapat pengaruh positif Kapabilitas Inovatif terhadap Kapabilitas *Sensing* Peluang bagi UMKM di Yogyakarta.
11. Terdapat pengaruh positif Kapabilitas Inovatif terhadap Kapabilitas *Shaping* Peluang bagi UMKM di Yogyakarta.
12. Terdapat pengaruh positif Kapabilitas Inovatif terhadap Kapabilitas *Seizing* Peluang bagi UMKM di Yogyakarta.
13. Terdapat pengaruh positif Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas *Sensing* Peluang bagi UMKM di Yogyakarta.
14. Terdapat pengaruh positif Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas *Shaping* Peluang bagi UMKM di Yogyakarta.
15. Terdapat pengaruh positif Penggunaan Aplikasi Seluler terhadap Kapabilitas *Seizing* Peluang bagi UMKM di Yogyakarta.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM atau Manajer UMKM:

1. Pelaku UMKM perlu lebih banyak melibatkan penggunaan aplikasi-aplikasi seluler dalam operasi bisnisnya, yang mana hal tersebut akan mendorong peningkatan kapabilitas dinamis dan maksimalisasi peluang pada UMKM.
2. Pelaku UMKM perlu mempelajari berbagai hal terkait aplikasi seluler demi memudahkan mereka dalam menerapkan penggunaan aplikasi seluler pada bisnisnya.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari terdapat beberapa keterbatasan antara lain sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini, responden yang digunakan merupakan pelaku UMKM secara umum dan tidak dikhususkan pada sektor tertentu, dengan demikian hasil penelitian belum dapat digunakan untuk menggambarkan pada kondisi di salah satu sektor UMKM saja.
2. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan pada responden pelaku UMKM di wilayah DI Yogyakarta, dengan demikian hasil penelitian hanya didasarkan pada data yang diperoleh melalui kuesioner saja dan tidak didukung oleh informasi yang mungkin diberikan responden secara langsung

5.4 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat memberikan saran bagi penelitian mendatang yang akan melakukan penelitian serupa antara lain sebagai berikut:

1. Pada penelitian mendatang diharapkan dapat melakukan penelitian pada salah satu sektor tertentu yang menjadi objek penelitian. Dengan demikian hasil yang diperoleh dapat menunjukkan kondisi pada sektor UMKM tersebut.
2. Penelitian mendatang diharapkan dapat dilakukan padaruang lingkup yang berbeda dengan jumlah responden yang lebih besar. Dengan demikian diharapkan akan menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

3. Penelitian mendatang diharapkan dapat menambah metode pengambilan data yang lain, misalnya wawancara langsung dengan responden. Dengan demikian diharapkan akan memperoleh informasi yang dapat digunakan untuk mendukung hasil yang diperoleh dari kuesioner.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Bezerra, J. (2015). The Mobile Revolution: How Mobile Technologies Drive a Trillion – Dollar Impact. *Boston Consulting Group*, 1–4.
https://eliasgagas.files.wordpress.com/2015/03/the_mobile_revolution_jan_2015_tcm80-180510.pdf%5Cnhttps://www.bcgperspectives.com/content/articles/telecommunications_technology_business_transformation_mobile_revolution/
- Boyd, J., & Bresser, R. (2008). Performance implications of delayed competitive responses: Evidence from the US retail industry. *Strategic Management Journal*, 29(10), 1077–1096.
- Das, K., Gryseels, M., Sudhir, P., & Tan, K. T. (2016). *Unlocking Indonesia's digital opportunity* (Issue October).
- Didi-quvane, B. B. S., & Twinomurinzi, H. (2013). Exploring the role of ICT in the transition from a small business owner to an entrepreneur : a dynamic capabilities perspective in a developing context. *Proceedings of the Nineteenth Americas Conference on Information Systems*, 1–8.
- Faizal, M. (2021, November 23). *Riset Snapcart: GrabFood Terbanyak Digunakan Konsumen dan Merchant di Indonesia*.
<https://ekbis.sindonews.com/read/607631/34/riset-snapcart-grabfood-terbanyak-digunakan-konsumen-dan-merchant-di-indonesia-1637651516>
- Faizal, M., Zaidi, A., & Othman, S. N. (2012). Understanding the concept of dynamic capabilities by dismantling Teece, Pisano, and Shuen (1997)'s definition. *International Journal Acad. Res. Bus. Social Science*, 2(8), 367–378.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. UNDIP.

- Ghozali, I. (2014). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 22.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grimaldi, M., Quinto, I., & Rippa, P. (2013). Enabling open innovation in small and medium enterprises: a dynamic capabilities approach. *Knowledge Process Management*, 20(4), 199–210.
- Haas, A. (2015). Micro-foundations of dynamic capabilities. The diverse roles of boundary spanners in sensing/shaping and seizing opportunities. *XXIVème Conférence Annuelle de l'Association Internationale de Management Stratégique*, 1–24.
- Hair, J. F. J., Anderson, R., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Prentice Hall, International, Inc.
- Helfat, C. E., Finkelstein, S., Mitchell, W., Peteraf, M., Singh, H., Teece, D., & Winter, S. G. (2007). *Dynamic Capabilities: Understanding Strategic Change in Organizations*. Blackwell Publishing.
- Kuria, T. J., & Kitenga, G. M. (2014). *Theoretical underpinnings of dynamic capabilities*.
- Mintzberg, H. (1994). *The Rise and Fall of Strategic Planning: Preconceiving Roles for Planning, Plans, Planners*.
- Owoseni, A., & Twinomurinzi, H. (2018). Mobile apps usage and dynamic capabilities: A structural equation model of SMEs in Lagos, Nigeria. *Telematics and Informatics*, 35(7), 2067–2081.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.07.009>
- Owoseni, A., & Twinomurinzi, H. (2020). Evaluating mobile app usage by service sector micro and small enterprises in Nigeria: an abductive approach. *Information Technology for Development*, 26(4), 762–772.

<https://doi.org/10.1080/02681102.2020.1727825>

- Owoseni, A., & Twinomurinzi, H. (2017). The use of mobile apps to enhance SMEs in conditions of uncertainty: a case study from Lagos. *10th Annual SIG Global Development*, 1–24.
- Priyono, A., Nursyamsiah, S., & Aditya Darmawan, B. (2019). Managing ambidexterity in internationalisation of SMEs from an emerging country: A dynamic capability perspective. *HOLISTICA – Journal of Business and Public Administration*, 10(3), 7–26. <https://doi.org/10.2478/hjbpa-2019-0026>
- Priyono, A., Nursyamsiah, S., & Darmawan, B. A. (2018). Identifikasi Elemen-Elemen Mikro Kapabilitas Dinamis Sensing untuk Pengembangan Inovasi di Usaha Kecil dan Menengah Industri Kreatif. *Jurnal Siasat Bisnis*, 22(1), 92–109. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol22.iss1.art6>
- Quade, M. H., & Leimstoll, U. (2015). Mobile business with smartphones and tablets: Effects of mobile devices in SMEs. In: *28th Bled EConference: #eWellbeing*, 290–305. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84964325995&partnerID=40&md5=>
- Saeedi, M. R. (2014). *Fostering Dynamic Capabilities of SMEs* (Issue 1653). <http://liu.diva-portal.org/smash/get/diva2:707586/FULLTEXT01.pdf>
- Sekaran, Uma, & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (6th ed.). Salemba Empat.
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319–1350.
- Teece, D. J. (2016). Dynamic capabilities and entrepreneurial management in large organizations: toward a theory of the (entrepreneurial) firm. *European Economic Review*, 86, 202–216.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic

management. *Strategic Management Journal*, 509–533.

Teece, D. J., Rumelt, R., Dosi, G., & Winter, S. (1994). Dynamic capabilities and strategic management. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 18(7), 509–533.

Timorria, I. F. (2021). *Pendapatan Mitra UMKM GoFood Naik 7 Kali Lipat saat Pandemi*.

Wagner, D., & Wagner, H.-T. (2013). Online communities and dynamic capabilities: a cross-case examination of sensing, seizing and reconfiguration. *Proceedings of the 19th Americas Conference on Information Systems*, 1–8.

Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2007). Dynamic capabilities: a review and research Agenda. *Int. J. Manage*, 9, 31–51.

William, J. W., Vinit, P., & Patel, P. C. (2008). Too much of a good thing? Absorptive capacity, firm performance, and the moderating role of entrepreneurial orientation. *Strategic Management Journal*, 31(12).

William, J. W., Vinit, P., & Patel, P. C. (2013). Too much of a good thing? Absorptive capacity, firm performance, and the moderating role of entrepreneurial orientation. *Strategic Management Journal*, 12.

LAMPIRAN 1. KUESIONER

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan, saya Muhammad Hilmy Makarim, Mahasiswa Program S1 Studi Manajemen (Peminatan Manajemen Operasi) Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia angkatan 2018. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian yang berjudul "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Seluler Terhadap Kapabilitas Dinamis Bagi UMKM di Yogyakarta"

Dalam upaya mendukung penyelesaian penelitian ini, dengan segala hormat diharapkan ketersediaan anda yang memiliki kriteria sebagai pemilik UMKM berbagai sektor di wilayah DI Yogyakarta. Tujuan distribusi dari kuesioner ini semata-mata untuk tujuan ilmiah guna memenuhi Tugas Akhir untuk menyelesaikan studi perkuliahan peneliti di mana privasi dari jawaban anda akan dijamin kerahasiaannya dan tidak akan disebarluaskan untuk kepentingan lainnya.

Demikian, saya ucapkan terima kasih atas perhatian dan kesediaan anda.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Identitas Responden

1. Jenis Kelamin Responden :
2. Pendidikan Terakhir Responden :
3. Usia Responden :
4. Sektor UMKM :
5. Jumlah Modal UMKM :
6. Usia UMKM :
7. Jumlah Karyawan UMKM :
8. Status Responden :

Petunjuk Pengisian

Sangat Tidak Setuju (1)	Pernyataan sangat tidak sesuai dengan apa yang dirasakan
Tidak Setuju (2)	Pernyataan tidak sesuai dengan apa yang dirasakan
Netral (3)	Tidak menyetujui serta tidak menolak pernyataan
Setuju (4)	Pernyataan sesuai dengan yang dirasakan
Sangat Setuju (5)	Pernyataan sangat sesuai dengan yang dirasakan

Penggunaan Aplikasi Seluler

Sejauh mana UMKM bapak/ibu melibatkan dan memanfaatkan aplikasi-aplikasi seluler dalam aktivitas bisnisnya.	Sangat tidak setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Netral (3)	Setuju (4)	Sangat Setuju (5)
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk mendapatkan saran dari konsumen					
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk mendapatkan referral					
Kami memanfaatkan aplikasi seluler untuk fitur sms atau chat (seperti WhatsApp, FB Messenger, Line, dsb)					
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk menyimpan kontak, dokumen atau rekaman obrolan.					
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk melakukan rapat virtual (Zoom, Gmeet, Skype, Dsb.)					
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk melakukan pemasaran dan periklanan.					
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk melakukan mengatur dan merencanakan jadwal.					

Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk mencari informasi yang dibutuhkan melalui internet (via Google, Bing, Dsb).					
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk menganalisa informasi.					
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk keperluan akuntansi dan pembukuan.					
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk menjual produk dan jasa (bisa melalui Gofood, ShopeeFood, Tokopedia, Shopee, Bukalapak, FB Marketplace, Dsb).					
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk kebutuhan pembayaran maupun menerima pembayaran (seperti menggunakan Mobile Banking, Gopay, QRIS, Shopeepay, LinkAja, DANA, Dsb.).					
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk kebutuhan belajar.					
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk mengatur urutan pekerjaan (job orders).					
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk konten online (seperti blog/berita/artikel/video pendek/Foto).					

Kapabilitas Absorptif

Kemampuan bagi suatu bisnis atau perusahaan untuk menilai, mengasimilasikan dan menerapkan pengetahuan baru.	Sangat tidak setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Netral (3)	Setuju (4)	Sangat Setuju (5)
Kami menggunakan aplikasi seluler untuk bekerja/berhubungan dengan					

orang lain secara virtual.					
Aplikasi seluler memudahkan kami dalam mengubah harga dan kemasan dari produk yang ditawarkan.					
Kami dapat meraih peluang penjualan melalui aplikasi seluler.					
Penggunaan aplikasi seluler membuat informasi menjadi lebih jelas.					
Aplikasi seluler membantu bisnis dalam melakukan riset dan pelatihan.					
Aplikasi seluler membantu bisnis kami dalam memenuhi harapan konsumen dengan lebih cepat.					
Kami dapat membuat produk yang ditawarkan cocok untuk konsumen ataupun situasi yang spesifik melalui aplikasi seluler.					

Kapabilitas Adaptif

Bagaimana aksi yang dilakukan UMKM dengan pengetahuan yang didapatnya. Aksi tersebut dapat mengakibatkan pada perubahan proses bisnis, prosedur bisnis, hingga melakukan investasi baru di pasar yang baru.	Sangat tidak setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Netral (3)	Setuju (4)	Sangat Setuju (5)
Bisnis kami membangun jaringan dengan masyarakat dan beriklan melalui aplikasi seluler.					
Aplikasi seluler memudahkan bisnis kami dalam mengenali kebutuhan atau permasalahan dalam bisnis kami.					
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk berhubungan dengan konsumen.					
Aplikasi seluler memudahkan bisnis kami dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial dan internet.					

Bisnis kami mendapatkan penilaian (review) dan rujukan melalui aplikasi seluler.					
--	--	--	--	--	--

Kapabilitas Inovatif

Daya cipta yang dimiliki oleh UMKM, yang mana dapat berupa: mengembangkan inovasi untuk menciptakan produk/layanan baru, menerapkan proses atau metode baru untuk menghantarkan layanannya dan mengubah risiko menjadi peluang.	Sangat tidak setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Netral (3)	Setuju (4)	Sangat Setuju (5)
Aplikasi seluler memberikan kemampuan bisnis kami dalam mencontoh dan menyesuaikan penawaran.					
Bisnis kami menggunakan aplikasi seluler untuk menyesuaikan kemasan ataupun harga dari produk yang ditawarkan.					
Aplikasi seluler mempermudah bisnis kami dalam melakukan penjualan dan pengadaan.					

Kapabilitas Sensing Peluang

Sejauh mana kemampuan UMKM dalam mengenali peluang atau ancaman.	Sangat tidak setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Netral (3)	Setuju (4)	Sangat Setuju (5)
Bisnis kami dapat memprediksi atau meramalkan peluang di masa yang akan datang dengan menggunakan aplikasi seluler.					
Aplikasi seluler memudahkan bisnis					

kami mengenali peluang.					
Bisnis kami lebih mudah menyadari peluang dengan menggunakan aplikasi seluler.					
Bisnis kami menciptakan peluang baru dengan menggunakan aplikasi seluler.					
Bisnis kami dapat menemukan peluang tersembunyi dengan menggunakan aplikasi seluler.					

Kapabilitas *Shaping* Peluang

Sejauh mana kemampuan UMKM untuk mengevaluasi prospek suatu peluang potensial sebelum mengeluarkan sumber daya mereka dalam mengeksekusi peluang tersebut.	Sangat tidak setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Netral (3)	Setuju (4)	Sangat Setuju (5)
Bisnis kami dapat menganalisa peluang dengan menggunakan aplikasi seluler.					
Bisnis kami dapat mengenali risiko yang hadir bersama dengan peluang dengan menggunakan aplikasi seluler.					
Bisnis kami dapat memahami peluang lebih baik dengan menggunakan aplikasi seluler.					
Aplikasi seluler memudahkan bisnis kami dalam memilah peluang bisnis yang menguntungkan dan yang tidak menguntungkan.					

Kapabilitas *Seizing* Peluang

Serangkaian tindakan yang diperlukan UMKM dalam mengeksekusi peluang potensial yang telah dilakukan sensing dan shaping sebelumnya.	Sangat tidak setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Netral (3)	Setuju (4)	Sangat Setuju (5)
Bisnis kami mampu mencegah ancaman dengan menggunakan aplikasi seluler.					
Bisnis kami mengalokasikan sumber daya menggunakan aplikasi seluler.					
Aplikasi seluler memudahkan bisnis kami dalam menutup celah-celah dalam bisnis.					
Aplikasi seluler memudahkan bisnis kami dalam meminimalisir risiko.					
Aplikasi seluler memudahkan bisnis kami untuk dapat menerapkan ide-ide baru dengan cepat.					

LAMPIRAN 2. TABULASI DATA
KARAKTERISTIK RESPONDEN

Jenis Kelamin Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	136	56.7	56.7	56.7
Valid Perempuan	104	43.3	43.3	100.0
Total	240	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Mengikuti Pendidikan Secara Formal	4	1.7	1.7	1.7
SMA atau sederajat	83	34.6	34.6	36.3
Diploma	23	9.6	9.6	45.9
Valid S1	119	49.6	49.6	95.5
S2	8	3.3	3.3	93.5
S3	3	1.3	1.3	100.0
Total	240	100.0	100.0	

Usia Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 20 Tahun	12	5.0	5.0	5.0
21 - 29 Tahun	124	51.7	51.7	56.7
30 - 39 Tahun	45	18.8	18.8	75.4
Valid 40 - 49 Tahun	52	21.7	21.7	97.1
50 - 59 Tahun	7	2.9	2.9	100.0
Total	240	100.0	100.0	

Sektor UMKM

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Fashion	23	9.6	9.6	9.6
Industri Pengolahan	23	9.6	9.6	19.2
Jasa	65	27.1	27.1	46.3
Kecantikan	13	5.4	5.4	51.7
Kesehatan	9	3.8	3.8	55.4
Makanan dan Minuman(F&B)	63	26.3	26.3	81.7
Pendidikan	2	.8	.8	82.5
Perdagangan	36	15.0	15.0	97.5
Transportasi	6	2.5	2.5	100.0
Total	240	100.0	100.0	

Jumlah Modal UMKM

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Lebih kecil dari Rp 50.000.000,-	118	49.2	49.2	49.2
Rp 50.000.000,- s/d Rp 500.000.000,-	106	44.2	44.2	93.3
Rp 500.000.000,- s/d Rp 5.000.000.000,-	16	6.7	6.7	100.0
Total	240	100.0	100.0	

Usia UMKM

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 5 Tahun	143	59.6	59.6	59.6
6-10 Tahun	68	28.3	28.3	87.9
11-15 Tahun	27	11.3	11.3	99.2
21-25 Tahun	1	.4	.4	99.6
> 25 Tahun	1	.4	.4	100.0
Total	240	100.0	100.0	

Ukuran UMKM (diukur dari jumlah karyawan)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1-10 Karyawan	205	85.4	85.4	85.4
11-20 Karyawan	29	12.1	12.1	97.5
21-50 Karyawan	6	2.5	2.5	100.0
Total	240	100.0	100.0	

Apakah anda owner usaha tersebut?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Karyawan	36	15.0	15.0	15.0
Pemilik	204	85.0	85.0	100.0
Total	240	100.0	100.0	

STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PAS1	240	1	5	3.79	.863
PAS2	240	1	5	3.82	.933
PAS3	240	1	5	3.80	.923
PAS4	240	1	5	3.85	.858
PAS5	240	1	5	3.87	.867
PAS6	240	1	5	3.82	.895
PAS7	240	2	5	3.86	.925
PAS8	240	1	5	3.80	.923
PAS9	240	1	5	3.84	.877
PAS10	240	1	5	3.86	.949
PAS11	240	1	5	3.88	.888
PAS12	240	1	5	3.82	.896
PAS13	240	1	5	3.85	.896
PAS14	240	1	5	3.83	.868
PAS15	240	1	5	3.85	.884
Valid N (listwise)	240				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KAB1	240	1	5	3.71	.908
KAB2	240	1	5	3.93	.860
KAB3	240	1	5	3.87	.905
KAB4	240	1	5	3.78	.848
KAB5	240	1	5	3.81	.890
KAB6	240	1	5	3.85	.808
KAB7	240	1	5	3.86	.849
Valid N (listwise)	240				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KAD1	240	1	5	3.89	.841
KAD2	240	1	5	3.90	.916
KAD3	240	1	5	3.83	.874
KAD4	240	1	5	3.93	.886
KAD5	240	1	5	3.87	.932
Valid N (listwise)	240				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KIN1	240	1	5	3.74	.915
KIN2	240	1	5	3.93	.846
KIN3	240	1	5	3.93	.974
Valid N (listwise)	240				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KSE1	240	1	5	3.82	.918
KSE2	240	1	5	3.80	.947

KSE3	240	1	5	3.75	.944
KSE4	240	2	5	3.78	.905
KSE5	240	1	5	3.80	.932
Valid N (listwise)	240				

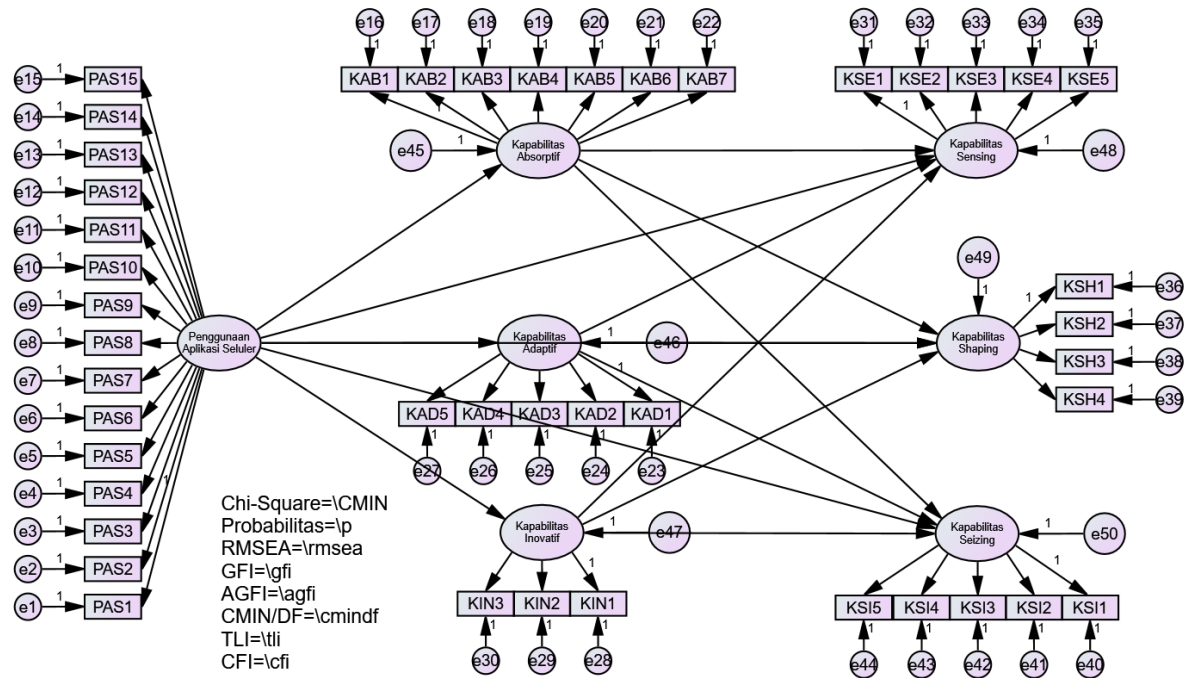
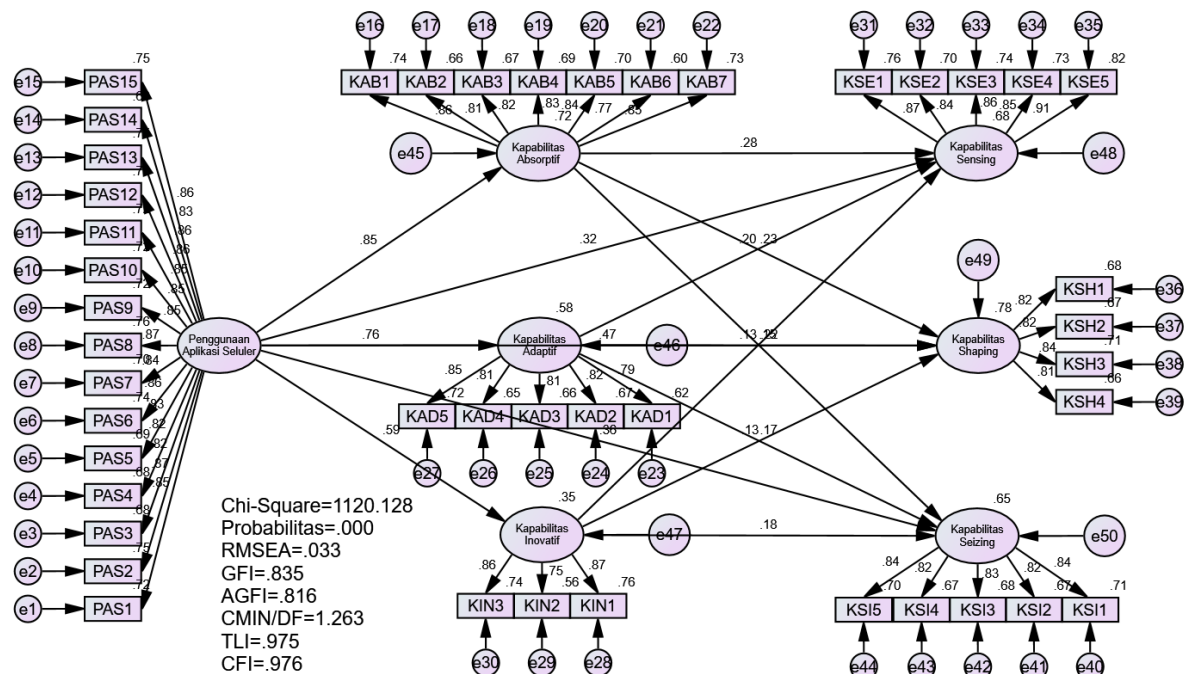
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KSH1	240	1	5	3.83	.816
KSH2	240	2	5	3.87	.856
KSH3	240	1	5	3.88	.889
KSH4	240	1	5	3.85	.827
Valid N (listwise)	240				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KSI1	240	1	5	3.83	.858
KSI2	240	2	5	3.85	.855
KSI3	240	1	5	3.89	.826
KSI4	240	1	5	3.82	.882
KSI5	240	2	5	3.88	.864
Valid N (listwise)	240				

MODEL



UJI VALIDITAS

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
KAB <--- PAS	.847
KAD <--- PAS	.764
KIN <--- PAS	.588
KSE <--- KAB	.284
KSH <--- KAB	.235
KSI <--- KAB	.220
KSE <--- KAD	.205
KSH <--- KAD	.152
KSI <--- KAD	.170
KSE <--- KIN	.127
KSH <--- KIN	.131
KSI <--- KIN	.179
KSE <--- PAS	.322
KSH <--- PAS	.470
KSI <--- PAS	.357
PAS1 <--- PAS	.846
PAS2 <--- PAS	.866
PAS3 <--- PAS	.823
PAS4 <--- PAS	.824
PAS5 <--- PAS	.833
PAS6 <--- PAS	.861
PAS7 <--- PAS	.836
PAS8 <--- PAS	.874
PAS9 <--- PAS	.848
PAS10 <--- PAS	.849
PAS11 <--- PAS	.850
PAS12 <--- PAS	.856
PAS13 <--- PAS	.864
PAS14 <--- PAS	.827
PAS15 <--- PAS	.864
KAB1 <--- KAB	.859
KAB2 <--- KAB	.813
KAB3 <--- KAB	.820
KAB4 <--- KAB	.830
KAB5 <--- KAB	.835
KAB6 <--- KAB	.775
KAB7 <--- KAB	.853

	Estimate
KAD1 <--- KAD	.787
KAD2 <--- KAD	.820
KAD3 <--- KAD	.810
KAD4 <--- KAD	.807
KAD5 <--- KAD	.850
KIN1 <--- KIN	.874
KIN2 <--- KIN	.749
KIN3 <--- KIN	.861
KSE1 <--- KSE	.871
KSE2 <--- KSE	.838
KSE3 <--- KSE	.859
KSE4 <--- KSE	.854
KSE5 <--- KSE	.907
KSH1 <--- KSH	.824
KSH2 <--- KSH	.819
KSH3 <--- KSH	.845
KSH4 <--- KSH	.814
KSI1 <--- KSI	.841
KSI2 <--- KSI	.819
KSI3 <--- KSI	.827
KSI4 <--- KSI	.817
KSI5 <--- KSI	.837

UJI NORMALITAS

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KSI5	2.000	5.000	-.460	-2.910	-.387	-1.225
KSI4	1.000	5.000	-.588	-3.720	.260	.823
KSI3	1.000	5.000	-.599	-3.791	.240	.760
KSI2	2.000	5.000	-.555	-3.509	-.176	-.556
KSI1	1.000	5.000	-.541	-3.425	.163	.515
KSH4	1.000	5.000	-.376	-2.376	-.134	-.425
KSH3	1.000	5.000	-.487	-3.082	-.126	-.400
KSH2	2.000	5.000	-.312	-1.975	-.607	-1.921
KSH1	1.000	5.000	-.333	-2.106	.086	.272
KSE5	1.000	5.000	-.378	-2.392	-.579	-1.831
KSE4	2.000	5.000	-.323	-2.040	-.669	-2.116
KSE3	1.000	5.000	-.441	-2.789	-.404	-1.278
KSE2	1.000	5.000	-.392	-2.479	-.616	-1.948
KSE1	1.000	5.000	-.420	-2.656	-.332	-1.049
KIN3	1.000	5.000	-.721	-4.563	-.063	-.199
KIN2	1.000	5.000	-.456	-2.882	-.192	-.606
KIN1	1.000	5.000	-.618	-3.911	.206	.651
KAD5	1.000	5.000	-.354	-2.236	-.679	-2.147
KAD4	1.000	5.000	-.512	-3.236	-.120	-.378
KAD3	1.000	5.000	-.444	-2.811	-.247	-.782
KAD2	1.000	5.000	-.416	-2.629	-.548	-1.734
KAD1	1.000	5.000	-.554	-3.505	.068	.216
KAB7	1.000	5.000	-.556	-3.514	.233	.737
KAB6	1.000	5.000	-.351	-2.217	-.084	-.265
KAB5	1.000	5.000	-.473	-2.995	-.110	-.347
KAB4	1.000	5.000	-.504	-3.187	.163	.516
KAB3	1.000	5.000	-.516	-3.261	-.304	-.960
KAB2	1.000	5.000	-.543	-3.436	.092	.290
KAB1	1.000	5.000	-.410	-2.592	-.275	-.870
PAS15	1.000	5.000	-.469	-2.968	-.103	-.325
PAS14	1.000	5.000	-.395	-2.498	-.295	-.932
PAS13	1.000	5.000	-.410	-2.591	-.423	-1.338
PAS12	1.000	5.000	-.472	-2.983	-.149	-.470
PAS11	1.000	5.000	-.545	-3.450	-.015	-.046
PAS10	1.000	5.000	-.510	-3.224	-.371	-1.175
PAS9	1.000	5.000	-.432	-2.735	-.121	-.383
PAS8	1.000	5.000	-.466	-2.946	-.288	-.912

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
PAS7	2.000	5.000	-.361	-2.280	-.771	-2.437
PAS6	1.000	5.000	-.485	-3.066	-.124	-.391
PAS5	1.000	5.000	-.473	-2.990	.161	.511
PAS4	1.000	5.000	-.394	-2.491	-.271	-.856
PAS3	1.000	5.000	-.434	-2.744	-.192	-.607
PAS2	1.000	5.000	-.497	-3.142	-.428	-1.355
PAS1	1.000	5.000	-.359	-2.271	-.298	-.942
Multivariate					-19.807	-2.411



UJI OUTLIER

Function Arguments

CHIINV

Probability 0.001 = 0.001

Deg_freedom 44 = 44

= 78.74952423

This function is available for compatibility with Excel 2007 and earlier.
Returns the inverse of the right-tailed probability of the chi-squared distribution.

Deg_freedom is the number of degrees of freedom, a number between 1 and 10^{10} , excluding 10^{10} .

Formula result = 78.74952423

[Help on this function](#) OK Cancel

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
124	65.035	.021	.994
91	62.248	.036	.999
106	61.596	.041	.997
217	60.673	.048	.997
73	60.120	.053	.996
77	59.518	.059	.996
59	59.087	.064	.995
41	58.266	.073	.997
133	57.521	.083	.998
11	56.923	.092	.999
120	56.501	.098	.999
86	56.270	.102	.999
200	56.169	.103	.998
46	56.167	.103	.995
99	56.108	.104	.991
169	55.795	.109	.991
128	55.777	.110	.984
219	55.545	.114	.982
37	55.445	.116	.974
38	55.367	.117	.963
83	55.319	.118	.945
213	54.844	.127	.963
236	54.574	.132	.964
28	53.846	.147	.987
216	53.736	.149	.983
48	53.352	.158	.989

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
199	53.198	.161	.987
146	52.967	.167	.988
70	52.824	.170	.986
154	52.776	.171	.980
230	52.743	.172	.971
19	52.622	.175	.966
62	52.556	.176	.956
103	52.490	.178	.944
182	52.135	.187	.961
229	52.013	.190	.956
95	51.772	.196	.961
203	51.742	.197	.948
235	51.701	.198	.932
113	51.196	.212	.967
172	51.026	.217	.968
192	50.886	.221	.966
3	50.701	.226	.968
134	50.650	.228	.960
177	50.575	.230	.952
158	50.178	.242	.973
214	50.174	.242	.962
74	49.971	.248	.967
97	49.573	.261	.983
64	49.553	.261	.976
221	49.496	.263	.971
130	49.327	.269	.973
240	49.147	.275	.976
198	48.941	.281	.980
170	48.913	.282	.973
12	48.907	.283	.963
136	48.694	.290	.970
125	48.567	.294	.970
39	48.531	.295	.962
215	48.414	.299	.961
167	48.298	.303	.960
142	48.255	.305	.951
60	48.158	.308	.948
55	48.121	.310	.936
89	47.944	.316	.944
237	47.905	.317	.932

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
34	47.756	.323	.936
50	47.581	.329	.944
127	47.409	.335	.951
140	47.397	.336	.937
53	47.397	.336	.917
117	47.326	.338	.909
45	47.166	.344	.917
164	47.062	.348	.915
204	46.891	.355	.926
25	46.880	.355	.907
61	46.833	.357	.893
18	46.831	.357	.865
186	46.799	.358	.843
226	46.782	.359	.814
42	46.502	.370	.865
173	46.467	.371	.844
56	46.444	.372	.817
231	46.263	.379	.840
180	46.138	.384	.845
33	46.109	.385	.820
88	46.104	.385	.785
152	46.092	.386	.749
238	45.960	.391	.759
51	45.837	.396	.766
68	45.775	.398	.749
81	45.659	.403	.753
14	45.648	.403	.715
104	45.638	.404	.672
194	45.593	.406	.645
132	45.464	.411	.657
71	45.395	.414	.641
159	45.266	.419	.653
165	45.201	.422	.636
202	45.142	.424	.615

DEGREE OF FREEDOM

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments:	990
Number of distinct parameters to be estimated:	103
Degrees of freedom (990 - 103):	887



MODEL FIT

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	103	1120.128	887	.000	1.263
Saturated model	990	.000	0		
Independence model	44	10798.213	946	.000	11.415

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.030	.835	.816	.748
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.435	.068	.024	.065

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.896	.889	.976	.975	.976
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.033	.027	.039	1.000
Independence model	.209	.205	.212	.000

UJI HIPOTESIS

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KAB	<--- PAS	.905	.065	14.007	***	par_37
KAD	<--- PAS	.692	.062	11.196	***	par_38
KIN	<--- PAS	.643	.072	8.882	***	par_39
KSE	<--- KAB	.288	.096	3.007	.003	par_40
KSH	<--- KAB	.202	.076	2.670	.008	par_41
KSI	<--- KAB	.202	.091	2.213	.027	par_42
KSE	<--- KAD	.245	.090	2.716	.007	par_43
KSH	<--- KAD	.153	.071	2.160	.031	par_44
KSI	<--- KAD	.184	.086	2.135	.033	par_45
KSE	<--- KIN	.126	.058	2.185	.029	par_46
KSH	<--- KIN	.110	.046	2.400	.016	par_47
KSI	<--- KIN	.161	.055	2.905	.004	par_48
KSE	<--- PAS	.350	.106	3.307	***	par_49
KSH	<--- PAS	.432	.086	5.012	***	par_50
KSI	<--- PAS	.350	.102	3.434	***	par_51
PAS1	<--- PAS	1.000				
PAS2	<--- PAS	1.106	.062	17.895	***	par_1
PAS3	<--- PAS	1.040	.064	16.352	***	par_2
PAS4	<--- PAS	.967	.059	16.348	***	par_3
PAS5	<--- PAS	.989	.059	16.696	***	par_4
PAS6	<--- PAS	1.054	.060	17.664	***	par_5
PAS7	<--- PAS	1.058	.063	16.785	***	par_6
PAS8	<--- PAS	1.105	.061	18.199	***	par_7
PAS9	<--- PAS	1.019	.059	17.216	***	par_8
PAS10	<--- PAS	1.103	.064	17.248	***	par_9
PAS11	<--- PAS	1.032	.060	17.282	***	par_10
PAS12	<--- PAS	1.049	.060	17.459	***	par_11
PAS13	<--- PAS	1.059	.060	17.764	***	par_12
PAS14	<--- PAS	.982	.060	16.477	***	par_13
PAS15	<--- PAS	1.045	.059	17.778	***	par_14
KAB1	<--- KAB	1.000				
KAB2	<--- KAB	.896	.056	15.918	***	par_15
KAB3	<--- KAB	.951	.058	16.276	***	par_16
KAB4	<--- KAB	.902	.055	16.533	***	par_17
KAB5	<--- KAB	.952	.056	16.896	***	par_18
KAB6	<--- KAB	.802	.054	14.773	***	par_19
KAB7	<--- KAB	.929	.053	17.489	***	par_20

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KAD1 <--- KAD	1.000				
KAD2 <--- KAD	1.134	.082	13.810	***	par_21
KAD3 <--- KAD	1.069	.078	13.637	***	par_22
KAD4 <--- KAD	1.080	.079	13.714	***	par_23
KAD5 <--- KAD	1.197	.083	14.446	***	par_24
KIN1 <--- KIN	1.000				
KIN2 <--- KIN	.792	.060	13.097	***	par_25
KIN3 <--- KIN	1.049	.068	15.501	***	par_26
KSE1 <--- KSE	1.000				
KSE2 <--- KSE	.993	.057	17.312	***	par_27
KSE3 <--- KSE	1.015	.056	18.243	***	par_28
KSE4 <--- KSE	.967	.054	17.981	***	par_29
KSE5 <--- KSE	1.058	.052	20.368	***	par_30
KSH1 <--- KSH	1.000				
KSH2 <--- KSH	1.041	.070	14.921	***	par_31
KSH3 <--- KSH	1.115	.071	15.736	***	par_32
KSH4 <--- KSH	1.000	.068	14.727	***	par_33
KSI2 <--- KSI	.971	.063	15.352	***	par_34
KSI3 <--- KSI	.948	.060	15.769	***	par_35
KSI4 <--- KSI	.999	.065	15.405	***	par_36
KSI5 <--- KSI	1.003	.063	16.028	***	par_52
KSI1 <--- KSI	1.000				