

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Landasan Teori

2.1.1 Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar dan sumber daya untuk mencari peluang keberhasilan baru dalam memperbaharui kinerja bisnis. Hal ini tentunya harus direspon positif oleh perusahaan yang mulai berusaha untuk bangkit dari keterpurukan ekonomi. Kewirausahaan disebut sebagai pelopor dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Maka dari itu, untuk orientasi kewirausahaan berfokus pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mengarah pada tiga aspek kewirausahaan, yaitu bertindak proaktif, selalu berinovasi, dan mengambil risiko (Widiatmo, 2019)

Ryadi dan Yasa (2017) berpendapat bahwa pro-aktif berarti seorang wirausahawan memiliki suatu inisiatif dan tidak menunggu, serta berpikir maju sehingga memiliki perencanaan baik jangka pendek maupun jangka panjang, mau belajar dari pengalaman, kegagalan, dan dapat menerima kritik dan saran untuk mengembangkan usahanya. Sedangkan Inovasi berarti mampu menciptakan sesuatu yang baru. Memiliki sikap atau pola berpikir yang inovatif juga sangat penting bagi kelangsungan suatu usaha, biasanya, pelaku usaha yang memiliki orientasi kewirausahaan akan lebih berani dan efektif dalam mengelola ide inovatifnya.

2.1.2 Kewirausahaan Perusahaan

Astuti (2019) Kewirausahaan Perusahaan memungkinkan sebuah perusahaan untuk lebih memanfaatkan sumber daya yang mereka miliki. Dengan memiliki tujuan, kewirausahaan lebih mudah memutuskan konsep untuk penciptaan kekayaan dan nilai baru perusahaan. Indikator pengusaha Perusahaan dapat dilihat dari dua jenis proses, yaitu :

1. Inovasi internal melalui penciptaan bisnis (bidang usaha) baru dalam suatu perusahaan

Inovasi paradigma atau sumber inovasi internal merupakan perubahan mendasar dari R&D (*research and development*) internal usaha untuk menghasilkan produk dan inovasi proses.

2. Pembaruan atau transformasi organisasi

Inovasi internal pemimpin memimpin ke arah metode operasi baru dengan memproduksi baru, memproduksi teknologi baru atau mengembangkan kemampuan orang – orang dalam perusahaan.

2.1.3 Inovasi Kewirausahaan

Inovasi pertama kali ditekankan oleh Schumpeter 1942 dalam kaitannya dengan proses kewirausahaan. Oleh karena itu, realisasi ide-ide inovatif dianggap sebagai perilaku kewirausahaan. Tidak adanya ide kreatif dalam pengenalan produk atau layanan dapat menurunkan penjualan dan mendorong pergeseran sumber daya. Sebaliknya, perusahaan yang mampu bersaing diciptakan dengan memanfaatkan sumber daya perusahaan yang ada. Maka, inovasi dianggap sebagai faktor keberhasilan penting dalam konsep kewirausahaan. Kemampuan inovatif sebagai kemampuan perusahaan untuk secara cepat menggunakan metode, proses, produk, dan layanan baru dalam menanggapi lingkungan bisnis yang berubah, sehingga memperoleh keunggulan kinerja (Agyapong, 2018).

(Robbins & Coulter, 2016) mendefinisikan inovasi sebagai mengambil ide-ide kreatif dan mengubahnya menjadi produk atau metode kerja yang berguna. Suatu usaha bisnis yang mampu membuat inovasi, dapat memimpin dan memperkecil peluang pesaing untuk melakukan inovasi lebih awal. Maka dari itu, pebisnis harus menyiapkan strategi inovasi terhadap usahanya agar dapat menciptakan keunggulan dari pesaing. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan penilaian-penilaian baru, ide-ide baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan kinerja layanan yang memuaskan pelanggan.

Inovasi mencerminkan kecenderungan perusahaan untuk terlibat dalam dan mendukung ide-ide baru, kebaruan, eksperimen, dan proses kreatif yang dapat menghasilkan produk, layanan, atau proses teknologi baru (Wang, 2019). Menurut (KBBI, 2021) inovasi adalah penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya (gagasan, metode, atau alat).

(Suhaeni, 2018) menyebutkan dalam penelitiannya bahwa terdapat 2 dari 4 dimensi strategi inovasi kewirausahaan yaitu inovasi proses dan inovasi produk. Penjelasan dimensi strategi inovasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Inovasi Proses

Inovasi proses mencakup tahapan dari produk baru, pengembangan proses, dari konsep gagasan sampai dengan penerimaan di pasar. Inovasi proses meliputi fungsi kualitas dan pengembangan proses bisnis (Fahmila, 2018). Disamping itu inovasi proses merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kualitas produk dengan cara yang lebih efisien. Indikator pada inovasi proses yang digunakan dalam penelitian (Larashati & Hariyati, 2021) adalah struktur formal, hubungan dengan pelanggan dan pemasok, budaya inovasi, dan kemampuan teknologi.

2. Inovasi Produk

Inovasi produk sangat dibutuhkan untuk bertahan di dalam dunia usaha, agar tidak terjadi kejenuhan produk di kalangan konsumen. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut. Inovasi produk dapat dipisahkan menjadi 3 indikator, yaitu: Perluasan lini produk, produk tiruan atau imitasi, dan produk baru (Fahmila, 2018).

Hambatan UMKM dalam hal inovasi untuk meningkatkan daya saing disebabkan karena UMKM memiliki berbagai keterbatasan, yaitu kemampuan dalam beradaptasi dengan lingkungan yang masih kurang termasuk kurangnya kemampuan dalam membaca peluang usaha, kurangnya berinovasi dalam mengantisipasi berbagai tantangan lingkungan (Ayunin et al., 2021).

Hubungan inovasi dengan pasar yang didalamnya terdapat 5 C yaitu, yaitu *Competitors* (pesaing), *Competition* (persaingan), *Change of Competition* (perubahan), *Change Driver* (menentukan arah perubahan), dan *Customer Behavior* (perilaku konsumen). Jika hal-hal tersebut diperhatikan dengan baik, terdapat nilai tambah yang dapat mendorong pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Faktor lainnya adalah memiliki efisiensi dan efektivitas yang luar biasa. Tanpa efisiensi dan efektivitas suatu inovasi yang ditemukan maka inovasi tersebut tidak memiliki arti atau dampak yang signifikan bagi kemajuan perusahaan. Inovasi harus sejalan dengan visi dan misi perusahaan agar tidak menyimpang dari arah pertumbuhan bisnis. Inovasi harus diperhatikan dan diterapkan terus menerus agar ada inovasi yang berkesinambungan untuk menumbuhkan perusahaan menjadi lebih baik dan lebih berkembang (Suhaeni, 2018).

Indikator Inovasi Kewirausahaan

Indikator inovasi kewirausahaan yang digunakan pada penelitian ini mengutip dari penelitian Kore dan Septarini (2018) yaitu dengan cara mengukur inovasi inkremental perusahaan dalam berbagai kegiatan ekonomi yang sistematis dan rutin untuk menyempurnakan bisnis perusahaan dalam beroperasi.

1) Menambahkan fitur atau produk baru

Inovasi pada produk sangat penting dilakukan karena produk merupakan sesuatu yang berhubungan langsung dengan konsumen dan produk adalah sesuatu yang memang ditawarkan pada konsumen. Inovasi produk didefinisikan sebagai pengenalan sebuah produk atau jasa baru yang meningkatkan atau memperluas fungsi dari penggunaan produk sebelumnya.

2) Mengambil langkah-langkah untuk mengembangkan produk baru

Mengembangkan produk dalam inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas object lama menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. Misalnya memperbarui bentuk kemasan, ukuran maupun bentuk produk.

3) Memperkenalkan teknologi dan peralatan baru untuk perbaikan produk atau proses

Inovasi produk teknologi membantu perusahaan untuk membangun keunggulan kompetitif, layanan dan proses yang lebih efektif, bisnis yang baru, dan sebagainya. Hal ini merupakan kewajiban organisasi untuk memantau perubahan teknologi, melatih dan memotivasi karyawan untuk berinovasi produk karena teknologi meliputi semua aspek dari semua organisasi.

4) Memperkenalkan prosedur kontrol kualitas baru dalam produksi atau operasi

Penerapan prosedur control kualitas dalam penelitian ini sama seperti Standar Operasional Prosedur (SOP) yang merupakan pedoman yang memuat standar operasional prosedur yang ada didalam suatu perusahaan digunakan untuk memastikan bahwa segala keputusan dan tindakan berjalan efektif, efisien, konsisten dan sistematis sesuai standar. SOP yang baik adalah SOP yang mampu menjadikan arus kerja yang lebih baik, menjadi panduan untuk karyawan baru, penghematan biaya, memudahkan pengawasan, serta mengakibatkan koordinasi yang baik antara bagian-bagian yang berlainan dalam perusahaan.

2.1.4 Ketersediaan Sumber Daya

Secara teoritis, sumber daya atau kapabilitas dinamis adalah cara bagi perusahaan untuk mengintegrasikan, membangun dan mengkonfigurasi ulang kompetensi yang dimiliki baik internal maupun eksternal untuk mengatasi lingkungan yang berubah dengan cepat agar membuat perusahaan unggul dibandingkan pesaing (Lagat dan Frankwick, 2017).

Ating Sukma (2017) berpendapat untuk memenangkan persaingan bisnis, perusahaan harus memiliki strategi yang cepat dan tepat sehingga mampu mempertahankan posisinya secara berkelanjutan. Diantaranya melalui penyelarasan sumber daya yang dimiliki dengan pasar yang ingin dituju tanpa mengabaikan kondisi lingkungannya. RBV (*Resource Based View*) memiliki konsep menetapkan pilihan yang strategis, mengoptimalkan sumber daya manusia, mengelola, mengidentifikasi, mengembangkan dan menggunakan sumber daya utama untuk memaksimalkan nilai perusahaan (H. Ating Sukma, 2017). Perusahaan yang fokus terhadap sumber daya dan kemampuan (yang menerapkan konsep RBV) akan mampu bersaing secara terus menerus bila dibandingkan dengan perusahaan yang hanya fokus terhadap masalah produk atau market positioning. Dengan RBV, perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing yang berkesinambungan dengan memiliki serta mengendalikan asset-asset strategis (Rahadian, 2017).

Ketersediaan sumber daya adalah aset yang merupakan bahan baku bagi produksi barang dan jasa perusahaan. Aset ini dapat meliputi keahlian seseorang, kemampuan, aset keuangan dan fasilitas pabrik. Sumber daya menurut (Riyanto, 2018) dibagi menjadi 3, yaitu sumber daya manusia, sumber daya perusahaan dan sumber daya fisik. Sumber daya manusia seperti pengalaman, kemampuan, pengetahuan, dan keahlian. Sumber daya perusahaan seperti proses dan sistem perusahaan, termasuk strategi perusahaan, struktur, budaya, manajemen pembelian material, produksi atau operasi, keuangan, riset dan pengembangan, pemasaran, sistem informasi, dan sistem pengendalian. Dan sumber daya fisik seperti pabrik dan peralatan, lokasi geografis, akses terhadap material, jaringan distribusi dan teknologi.

Suatu perusahaan hendaknya memiliki kemampuan untuk mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki secara produktif untuk mencapai tujuan kinerja perusahaan. Dalam penelitian (Widiatmo dan Retnawati, 2019) dikatakan bahwa sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan berupa informasi, modal, teknologi yang digunakan, dan sumber daya manusia yang berupa tenaga kerja.

Indikator Ketersediaan Sumber Daya

Dalam penelitian ini, indikator ketersediaan sumber daya yang digunakan oleh peneliti menurut Susilowati dan Setyani (2021) terbagi menjadi 5 sumber daya usaha yang meliputi :

1. Manusia

Dalam pendekatan ekonomi, sumber daya manusia adalah salah satu faktor produksi selain tanah, modal dan keterampilan. Manusia merupakan unsur manajemen yang penting dalam mencapai tujuan perusahaan..

2. Sumber Dana

Modal usaha sangatlah penting karena menjadi prioritas utama dalam perencanaan sumber daya usaha. Besar kecilnya hasil produksi dapat diukur dari jumlah uang yang digunakan sebagai modal dalam sebuah usaha kecil. Oleh karena itu uang merupakan unsur yang penting untuk mencapai tujuan karena segala sesuatu harus diperhitungkan secara rasional.

3. Pasar

Penguasaan pasar dalam arti memasarkan hasil produksi merupakan faktor yang menentukan dalam perusahaan. Agar pasar dapat dikuasai, kualitas dan harga barang harus sesuai dengan selera konsumen dan daya beli konsumen.

4. Teknologi

Mesin memiliki peranan yang penting dalam proses produksi. Perkembangan teknologi yang semakin pesat menyebabkan penggunaan mesin semakin menonjol. Hal ini juga disebabkan banyak ditemukan mesin- mesin baru oleh para ahli sehingga memungkinkan peningkatan dalam proses produksi.

5. Bahan baku

Bahan baku merupakan faktor input lain selain tenaga kerja (Man) dan Modal yang dapat mempengaruhi jumlah produksi.

Berikut peneliti menguraikan secara lebih lengkap mengenai indikator ketersediaan sumber daya menurut beberapa penelitian :

1) Manusia

Kompetensi Sumber Daya Manusia menunjukkan keterampilan dan pengetahuan di bidang tertentu yang dilakukan secara *professional*. Kompetensi sumber daya manusia berhubungan

dengan pengetahuan, keterampilan, kemampuan dan karakteristik kepribadian yang dimiliki seseorang dalam pekerjaan dalam melaksanakan tugas tertentu. Melalui peningkatan pengetahuan sumber daya manusia merupakan kunci dalam meningkatkan kinerja UMKM (Ardiyani et al., 2021).

(Badan Pusat Statistik, n.d.) mendefinisikan UMKM berdasarkan jumlah pekerja, yang terdiri dari:

- 1) Usaha mikro, dengan jumlah tenaga kerja 1- 4 orang termasuk tenaga kerja yang tidak dibayar;
- 2) Usaha kecil, dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 5 - 19 orang;
- 3) Usaha menengah, dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 20 - 99 orang;
- 4) Usaha besar, dengan jumlah tenaga kerja 100 orang atau lebih.

Perusahaan yang memandang pentingnya modal manusia akan lebih mudah dalam mengamati pelanggan dan pesaing. Selain itu dengan sumber daya manusia yang berkualitas, akan mampu mengambil keputusan yang terbaik dan merancang strategi terbaik serta mengimplementasikan strategi tersebut secara efisien sehingga akan mencapai keunggulan bersaing di tengah persaingan pasar yang kompetitif (Jogaratnam, 2018).

Syarifah et al., (2020) mengatakan bahwa manusia bukan hanya sekedar sumber daya tetapi merupakan dasar utama dalam setiap kegiatan yang dilakukan dalam rangka pengembangan kualitas dan kuantitas, dan merupakan investasi penting karena akan berkaitan dengan kinerja. Suryantini dan Sulindawati (2020) juga mengatakan kualitas sumber daya manusia yang dimaksud adalah kemampuan para pelaku usaha dalam menjalankan usaha mereka dengan menggunakan pengetahuan, pendidikan dan keterampilan yang mereka miliki.

Di era sekarang ini, tuntutan kinerja serta ruang, waktu dan sumber daya yang terbatas membuat karyawan perlu belajar sendiri. Keterlibatan karyawan dalam bekerja sama dengan rekan kerja, mempertahankan karyawan, meningkatkan motivasi, meningkatkan kinerja, dan memperbaiki iklim organisasi, diharapkan memiliki manfaat yang signifikan bagi perusahaan (Urbancova et al., 2020).

Pada penelitian (Amam et al., 2019) mengatakan bahwa berkembang atau tidaknya suatu organisasi, sangat bergantung dari SDM yang ada di dalamnya. Hal tersebut karena SDM berfungsi sebagai penggerak, pemikir, dan perencana untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut Fadhil et

al., (2017) diperlukan strategi pengembangan SDM dengan rangkaian kegiatan pembelajaran dan pengembangan yang bertujuan pada pencapaian strategis.

Apabila standar dan sistem kerja telah di buat dengan sebaik-sebaiknya, tetapi jika SDM yang menjalankan hal tersebut tidak mempunyai kompetensi yang memadai, maka hasilnya akan menyimpang dari yang diharapkan. Sumber daya manusia adalah penggerak roda organisasi dalam mewujudkan tujuan perusahaan yaitu kinerja yang baik. Dalam penelitian (Salahudin et al., 2018) menyatakan bahwa aspek sumber daya manusia merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Dalam rangka memperkuat daya saing di dunia internasional khususnya Masyarakat Ekonomi ASEAN, strategi pengembangan sumber daya manusia diantaranya dengan mengembangkan kualitas serta kompetensi SDM melalui pendidikan, ilmu pengetahuan, dan teknologi. Karena kompetensi SDM mencerminkan karakteristik, pengetahuan, keterampilan, perilaku, serta motivasi individu. Maka kompetensi ini sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha (Fadhil et al., 2017).

Untuk mengembangkan kegiatan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) tentunya dibutuhkan sumber daya manusia yang memiliki semangat dan mental yang kuat serta didukung dengan keterampilan dan keahlian. Sumber daya manusia yang berkualitas pada kegiatan UMKM diharapkan mampu untuk meningkatkan inovasi dan kreativitas atas produk yang dihasilkannya. Selain itu dengan dukungan SDM yang memadai, maka usaha yang dijalankan dapat bertahan di tengah persaingan usaha di era globalisasi ini (Rosmadi, 2021).

Atika et al., (2020) mengatakan bahwa indikator dari kualitas sumber daya manusia adalah sebagai berikut: a) kualitas intelektual meliputi pengetahuan dan keterampilan), b) pendidikan, c) memahami bidangnya, d) kemampuan, e) semangat kerja dan f) kemampuan perencanaan pengorganisasian.

2) Sumber Dana

Sumber daya keuangan atau sumber dana penting bagi UMKM untuk berkembang, tumbuh, dan berinovasi (Moscalu et al., 2020). Kurangnya sumber daya keuangan oleh UMKM dapat menghambat kinerja, pertumbuhan, dan membuat usaha menjadi tertinggal dari pasar (Owusu et al., 2019).

Beberapa literature yang bersumber dari BPS, Bank Indonesia serta Kementerian Koperasi dan UMKM bahwa pengembangan yang berkaitan dengan pertumbuhan UMKM di Indonesia adalah kurangnya permodalan baik dari jumlah maupun sumbernya (Suci, 2017). Modal sangat diperlukan agar usaha yang dilaksanakan dapat berjalan dengan lancar. Besarnya modal tersebut tergantung pada bentuk usaha yang dikelola. Jumlah modal yang disediakan akan mempengaruhi besar kecilnya usaha tersebut (Tanwijaya et al., 2018).

Tabel 3. Klasifikasi UMKM

Kriteria UMKM : Usaha Mikro, Kecil dan Menengah			
No	Usaha	Aset	Omset
1	Usaha Mikro	Maks 50 juta	Maks 300 juta
2	Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	>300 juta – 500 juta
3	Usaha Menengah	>500 juta – 10 Miliar	>2,5 Miliar – 50 Miliar

Sumber : Undang – undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2008

Berdasarkan literature, kemampuan ketersediaan modal berpengaruh terhadap dana yang digunakan oleh UMKM dalam kegiatan operasionalnya. Sebagian besar UMKM bergantung pada sumber keuangan informal seperti laba ditahan, modal bersama keluarga dan teman, tabungan pribadi dan kredit pemasok karena kesulitan yang sering mereka hadapi dalam mengakses sumber keuangan formal. Di sebagian besar negara berkembang, beberapa badan pengatur dan kebijakan pemerintah agak menekan terhadap akses keuangan UMKM (Yoshino & Taghizadeh-Hesary, 2019).

Modal usaha merupakan salah satu instrumen penting, baik bagi bisnis yang sedang dirintis maupun yang telah berjalan (Salahudin et al., 2018). Seorang pelaku UMKM jika memiliki modal yang cukup, akan mampu menjalankan usahanya. Besarnya modal yang dimiliki bagi setiap pelaku usaha jika terlalu sedikit justru akan meyulitkan usahanya terlebih lagi jika modal yang diperoleh atau yang dimiliki bukan modal sendiri. Hal tersebut akan menambah beban pembiayaan, sehingga mutlak diperlukan modal yang cukup dan jelas sumbernya dalam menjalankan bisnisnya (Mukoffi & As'adi, 2021).

Owusu et al., (2021) akses keuangan dapat membantu meningkatkan ketersediaan modal keuangan perusahaan. Dalam penelitian (Kent Baker et al., 2020), ia mengidentifikasi lima sumber

keuangan di mana UMKM dapat menyalurkan minat mereka untuk membangun ketersediaan sumber daya keuangan. Sumber pembiayaannya yaitu :

1. Laba ditahan

Kemampuan laba berhubungan positif dengan ketersediaan modal keuangan perusahaan. Dengan demikian, diharapkan UMKM yang mengalokasikan perhatian untuk membangun sumber daya keuangan dari laba ditahan akan mewujudkan ketersediaan sumber daya keuangan secara positif.

2. Tabungan pribadi

Bersumber dari Badan Pusat Statistik, modal sendiri merupakan harta milik perusahaan atau usaha sendiri tanpa adanya kontribusi atau partisipasi dari perusahaan atau usaha maupun pihak lain. Literatur terkait melaporkan bahwa pemilik UMKM sering menggunakan tabungan pribadi mereka untuk menghasilkan modal keuangan awal yang diperlukan untuk memulai bisnis. Sebuah studi yang dilakukan mengungkapkan bahwa menginvestasikan tabungan pribadi meningkatkan modal finansial yang membuat bisnis tetap beroperasi.

3. Tabungan keluarga dan teman

Dalam mengidentifikasi preferensi pembiayaan perusahaan, sumber keuangan keluarga dan teman memiliki pengaruh besar dalam membangun ketersediaan modal keuangan.

4. Kredit pemasok

Pemberian kredit kepada UMKM diharapkan tepat sasaran sehingga mampu menjadi solusi pemenuhan modal bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kapasitas usahanya. Kredit merupakan salah satu sumber dana yang dapat digunakan oleh pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan operasional usaha.

5. Pinjaman bank

Berdasarkan literatur pinjaman bank sering diklaim sebagai sumber pembiayaan yang paling mahal dan relatif kurang tersedia untuk UMKM. Namun, pengaruhnya terhadap pembangunan modal keuangan perusahaan sangat berpengaruh. Modal UMKM yang dialokasikan melalui pinjaman bank dapat secara positif mempengaruhi ketersediaan modal finansial.

Selain sumber keuangan, UMKM juga perlu memperhatikan literasi keuangan bagi keberlangsungan usahanya. Menurut (Larashati & Hariyati, 2021) Literasi keuangan secara ringkas dapat diartikan sebagai kemampuan yang dimiliki untuk memahami tentang bagaimana mengelola keuangan dengan baik. Literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan tentang keuangan, akan tetapi juga kemampuan dalam mengelola keuangan dan mengambil keputusan keuangan yang tepat untuk kepentingan di masa yang akan datang. Ketika pelaku usaha memiliki tingkat literasi keuangan yang baik, cenderung mampu mengelola keuangan usahanya secara lebih baik, serta mampu mengenali dan mengakses sumber daya keuangan sehingga diharapkan akan dapat mempertahankan keberlanjutan usahanya.

(Rostikawati & Pirmaningsih, 2019) menyebutkan kemampuan menyusun laporan keuangan yang dimiliki oleh pelaku UMKM mampu menghasilkan kinerja yang baik karena pelaku UMKM dapat menganalisis dan menentukan strategi perusahaan sehingga kinerja yang diperoleh kembali membaik. Penyajian informasi dalam laporan keuangan yang berkualitas mampu memberikan argument yang baik terhadap pengambilan keputusan oleh pelaku UMKM dalam melakukan evaluasi dan perencanaan sehingga mampu meningkatkan kinerja usaha.

Pengelolaan keuangan yang baik menjadi hal yang penting dalam kelangsungan usaha. UMKM dapat melakukan proses pencatatan mulai pengumpulan bukti, pencatatan, pengolongan yang terakhir proses pelaporan. UMKM juga dapat menyusun laporan keuangan secara sederhana. Proses pencatatan dapat dilakukan secara manual, memanfaatkan teknologi informasi dan kombinasi antara manual dengan teknologi. Model pengelolaan keuangan UMKM dilakukan dengan memanfaatkan teknologi sehingga mempermudah penyusunan laporan keuangan. Hasilnya informasi keuangan menjadi berkualitas sehingga membantu meningkatkan kinerja (Wahyuningsih & Fahmi, 2019).

Pemilik atau manajer disarankan untuk meningkatkan budaya pencatatan mereka untuk mengurangi risiko yang terjadi dengan bisnis mereka (Owusu et al., 2021).

(Nayaka & Kartika, 2018) menyebutkan kurangnya modal dapat menyebabkan usaha di sektor ini sulit untuk berkembang. Modal yang merupakan salah satu faktor produksi akan menentukan produktivitas perusahaan yang berdampak terhadap pendapatan perusahaan. Teori Cobb-douglas yang menyatakan bahwa modal mempengaruhi output produksi. Kondisi ini menunjukkan semakin tinggi modal akan dapat meningkatkan hasil produksi, karena dalam proses

produksi membutuhkan biaya yang digunakan untuk tenaga kerja dan pembelian bahan baku serta peralatan. Modal dan tenaga kerja meningkat maka produktivitas dan pendapatan juga akan meningkat.

3) Pasar

Pasar sangat penting bagi setiap perusahaan apa lagi ditambah dengan adanya tekanan persaingan yang begitu ketat, sehingga secara langsung maupun tidak langsung sangat mempengaruhi kinerja perusahaan. Maka dari itu, perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan keinginan konsumen serta berbagai perubahan yang ada di lingkungan bisnisnya sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Kinerja pemasaran juga dapat dipandang sebagai sebuah konsep yang digunakan untuk mengukur sampai sejauh mana prestasi pasar yang telah dicapai oleh suatu produk yang dihasilkan perusahaan (Merakati et al., 2017).

Menurut (Haryanto et al., 2017) konsep kinerja pemasaran didukung dengan banyak faktor mulai dari kesadaran akan pandangan terhadap pasar, kesadaran melakukan strategi yang inovatif, kemampuan untuk mengambil risiko dan orientasi dari proses pembelajaran.

Menurut (Hidayat & Alliyah, 2021) perkembangan teknologi informasi baik perangkat lunak seperti jaringan internet dan aplikasi yang digunakan, maupun perangkat keras seperti smartphone dan laptop sangat memungkinkan dimanfaatkan oleh UMKM untuk meningkatkan kinerjanya terutama pada aspek pemasaran secara mobile. Apalagi saat ini banyak tersedia aplikasi sosial media seperti WhatApps, Intagram, Facebook dan lainnya serta marketplace yang tersedia seperti Shopee, Bukalapak, Tokopedia dan lainnya yang bisa dimanfaatkan oleh UMKM untuk mempromosikan dan menjual produknya. Selain itu UMKM juga bisa memanfaatkan aplikasi untuk mencatat transaksi usaha atau membuat laporan keuangan.

Penerapan teknologi internet (seperti situs web, email, blog dan platform media sosial online) dalam bisnis memungkinkan pengusaha kecil dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan yang bertujuan untuk membangun hubungan lebih baik. Pendekatan-pendekatan yang dapat dilakukan melalui media internet mendatangkan keuntungan tersendiri bagi wirausaha yang melakukannya, baik dari peningkatan segi penjualan, minat dan perhatian khalayak, referensi untuk selalu

berinovasi dan lain sebagainya. Perkembangan *e-commerce* yang ada saat ini, memberikan kemudahan termasuk melakukan order kuliner secara online dan menunggu kurir datang mengantarkan orderan ke alamat, hingga sampai ke tangan pelanggan dengan waktu yang singkat (Yanti Febrini et al., 2019).

Indikator Variabel pemasaran yang digunakan Purwaningsih dan Haryono (2019) yaitu permintaan dari produk, penetapan harga dengan pesaing, kegiatan promosi dan wilayah segmentasi pemasaran. Kinerja pemasaran digunakan sebagai alat untuk mengukur tingkat keberhasilan kinerja secara keseluruhan, termasuk keberhasilan strategi yang diterapkan, pertumbuhan penjualan, dan keuntungan perusahaan. Sedangkan (Rokhman, 2019) menggunakan tiga indikator kinerja pemasaran, yaitu pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan, dan kesuksesan produk.

4) Machine (Teknologi)

Teknologi dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengidentifikasi masalah dan memanfaatkan ide yang dapat mengatasi masalah teknis saat ini, dan teknologi, di sisi lain, adalah peralatan atau perangkat seperti peralatan, perangkat lunak dan perangkat keras yang berhasil digunakan dalam suatu perusahaan untuk mengatasi masalah operasional (Anatan, 2018). Dalam rantai nilai tambah dan sebagai sumber daya, teknologi merupakan faktor penting, begitu pula bahan mentah dan tenaga ahli. Tentunya bagi pebisnis yang kesulitan untuk berada di pasar, teknologi menjadi faktor penting. Sistem terbuka dengan koneksi yang tidak terbatas adalah pengaruh teknologi telekomunikasi yang utama saat ini.

Kecanggihan teknologi yang dimaksud adalah penggunaan teknologi modern yang berkembang saat ini guna mempermudah pemilik usaha UMKM untuk bekerja baik itu dalam hal proses produksi, manajerial bahkan untuk mendapatkan informasi terkait pangsa pasar yang tepat bagi UMKM (Mukoffi & As'adi, 2021).

(Sutisna et al., 2019) mengutip dari Melissa A. Schilling dalam bukunya yang berjudul *Strategic Management of Technological Innovation* yang mengatakan bahwa value dari teknologi (sebagian) ditentukan dari apa yang dapat dilakukan oleh teknologi tersebut. Sebagian lagi, value dari inovasi teknologi ditentukan dari tingkat pemahaman, kemudahan akses, dan kegunaannya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari.

Beberapa penelitian telah melakukan kajian terhadap penggunaan teknologi seperti website, aplikasi, sampai sistem pembayaran di tempat makan. Mempermudah dalam melakukan pemesanan makanan dan minuman, membantu dalam pemasaran produk atau makanan dan usaha restoran (Oley et al., 2017).

Penelitian oleh (Nursanti et al., 2017), menunjukkan desain sistem informasi penjualan berbasis website dengan database yang memudahkan proses pencatatan data, pemrosesan data, integrasi data, pelaporan, dan pengambilan informasi. Tentunya meningkatkan pendapatan bagi pengrajin dan karyawan yang terlibat dalam jangka panjang. Menurut (Effendy & Sunarsi, 2020), diantara hambatan perkembangan UMKM ialah terbatasnya sarana dan prasarana usaha terutama berhubungan dengan alat-alat teknologi. Kebanyakan UMKM menggunakan teknologi yang masih sederhana sehingga sulit untuk bersaing secara kualitas dan kuantitas.

Untuk dapat meningkatkan penjualan melalui kualitas, indikator teknologi yang dimiliki supaya lebih dapat menunjang kegiatan usahanya, misalnya penggantian alat-alat produksi manual menjadi alat-alat produksi dan pengolahan bahan baku secara modern sehingga proses produksi dapat menjadi lebih cepat, praktis dan efektif (Widiatmo, 2019).

Kemajuan teknologi saat ini mengubah sistem pembayaran tradisional menjadi sistem pembayaran digital. Penggunaan layanan pembayaran berbasis aplikasi digital bergantung pada perangkat ponsel karena lebih mudah dan praktis (Nag & Gilitwala, 2019). Seperti negara maju lainnya, Indonesia juga memiliki e-money melalui layanan aplikasi pembayaran berbasis digital. Diantaranya yaitu Gopay, OVO, Dana, Link Aja, Jenius, Doku Wallet, dan lain-lain. Sistem e-money melalui pembayaran berbasis digital memberikan kemudahan dan meningkatkan kinerja kepada konsumen untuk melakukan transaksi keuangan sehari-hari (Gunawan et al., 2019).

Hasil penelitian (Eller et al., 2020) menunjukkan bahwa digitalisasi atau teknologi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM di Austria.

5) Material

Bahan baku juga merupakan factor produksi yang sangat penting pengaruhnya terhadap kinerja dan pendapatan. Semakin besar jumlah bahan baku yang dimiliki, maka semakin besar pula kemungkinan jumlah produk yang dihasilkan, sehingga kemungkinan pendapatan yang

diterima semakin besar dari hasil penjualan produksinya. Bahan baku merupakan jumlah bahan yang diperlukan untuk melaksanakan proses produksi dalam jangka waktu tertentu. Persediaan bahan baku di dalam perusahaan merupakan hal yang sangat penting untuk dikendalikan dengan baik, sehingga diharapkan perusahaan dapat menghasilkan pendapatan yang optimal (Nayaka & Kartika, 2018)

Jaminan keamanan persediaan bahan baku saat ini menjadi perhatian utama oleh perusahaan. Strategi yang paling efektif untuk menjaga kestabilan bahan baku adalah menggunakan *supply chain management*. Kualitas yang tinggi bisa dicapai dengan biaya yang lebih minimum namun dengan manajemen operasional dan penggunaan teknologi yang tepat. Konteks material dalam pengertian Supply Chain Management tentunya tidak hanya meliputi bahan baku dan produk jadi saja, tetapi juga termasuk bahan pembantu, komponen, suku cadang, *work in process* (barang setengah jadi) maupun berbagai jenis perlengkapan (*supplies*) yang digunakan untuk mendukung aktivitas operasional perusahaan secara menyeluruh. Persediaan rantai merupakan suatu jaringan dari sebuah organisasi yang saling bergantung dan dihubungkan satu sama lain yang bekerja sama untuk mengendalikan, mengatur dan meningkatkan aliran material serta informasi dari para penyalur ke pemakai akhir (Azizah & Pramandari, 2018).

2.1.4 Kinerja UMKM

Menurut (Kotler, P., & Keller, 2016) kinerja usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pelanggannya. Kinerja adalah merujuk pada tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu. Kinerja sebuah perusahaan adalah hal yang sangat menentukan dalam perkembangan perusahaan. Tujuan perusahaan yang terdiri dari: tetap berdiri atau eksis (*survive*), untuk memperoleh laba (*benefit*) dan dapat berkembang (*growth*), dapat tercapai apabila perusahaan tersebut mempunyai performa yang baik. Menurut (Schwab, 2017) agar di era disrupsi teknologi perusahaan dapat mencapai kinerja yang tinggi, perusahaan dapat menggabungkan 3 (tiga) hal, yaitu: 1) fisik, yaitu memanfaatkan aset yang dimiliki seperti: peralatan, perlengkapan, dan modal finansial, 2) digital, menggunakan teknologi informasi untuk e-commerce atau e-business, sistem informasi atau aplikasi pencatatan keuangan, dan 3) biologis, artinya sumber daya manusia yang mengelolanya.

Kinerja UMKM dapat dilihat dari beberapa hal yaitu dimulainya kesempatan kerja yang sangat penting dalam melihat baik tidaknya suatu usaha. Dengan demikian, semakin besar jumlah tenaga kerja yang terserap maka semakin besar pula peran UMKM dalam mengatasi permasalahan tersebut. Begitu juga dengan produktivitas, dengan meningkatkan tenaga kerja yang digunakan juga meningkatkan produktivitas, kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) juga dapat meningkatkan pendapatan negara, dalam hal ini baik dari penjualan dalam negeri maupun luar negeri (ekspor). UMKM dikatakan berhasil jika pendapatannya terus meningkat, hal ini dipengaruhi oleh peningkatan penjualan. Dengan peningkatan penjualan secara langsung mempengaruhi kinerja UMKM (Syarifah et al., 2020).

Dalam mengukur kinerja UMKM dibutuhkan sebuah alat ukur yang tepat dimana tidak hanya didasarkan pada alat ukur finansial saja tetapi juga alat ukur non finansial disesuaikan dengan tujuan dari sebuah pengukuran. Ukuran keuangan untuk mengetahui hasil tindakan yang telah dilakukan dimasa lalu dan ukuran keuangan tersebut dilengkapi dengan ukuran non keuangan misalnya tentang kepuasan customer, kualitas produk dan komitmen personel yang akan menentukan kinerja di masa yang akan datang (Islami et al., 2017).

Indikator Kinerja UMKM

Pengukuran kinerja UMKM dapat diukur dengan melihat ada atau tidaknya pertumbuhan yang terjadi pada suatu usaha, hal tersebut selanjutnya menjadi indikator untuk mengukur kinerja UMKM. Berikut indikator menurut (Purwaningsih & Haryono, 2019) yang dilakukan pada penelitian ini yaitu :

1) Pertumbuhan penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan mencerminkan penerimaan pasar atas produk atau jasa perusahaan yang akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan usaha. Pertumbuhan penjualan yang tinggi akan meningkatkan pendapatan, sehingga kinerja usaha juga meningkat. Pertumbuhan penjualan diukur dari prosentase perubahan penjualan periode sekarang dengan periode sebelumnya. Kore dan Septarini (2018)

2) Peningkatan laba

Kore dan Septarini (2018) menyampaikan laba adalah kelebihan pendapatan diatas biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan. Setiap kegiatan usaha bertujuan untuk memperoleh laba yang maksimal agar dapat mempertahankan kelangsungan usahanya. Laba sering digunakan sebagai ukuran kinerja suatu usaha. Oleh karena itu pertumbuhan laba yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan semakin bagus. Pertumbuhan laba dari diukur dari prosentase perubahan perolehan laba periode sekarang dengan periode sebelumnya.

3) Peningkatan pasar

Keberhasilan kegiatan perusahaan ditinjau dari perspective konsumen dimana tingginya permintaan terhadap produk perusahaan dan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk. Laela Susdiani (2020)

4) Pertumbuhan pada modal

Pertumbuhan modal merupakan tingkat perubahan modal yang digunakan untuk kegiatan usaha apabila dibandingkan dengan jumlah modal yang digunakan pada periode sebelumnya. Modal usaha terdiri dari modal sendiri dan modal eksternal. Modal memiliki peranan penting dalam menciptakan laba, sehingga pertumbuhan modal yang tinggi akan meningkatkan kinerja perusahaan. Pertumbuhan modal diukur dari prosentase perubahan modal periode sekarang dengan periode sebelumnya yang digunakan dalam kegiatan usaha baik berupa modal sendiri maupun modal eksternal Kore dan Septarini (2018).

2.2 Review Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama dilakukan oleh Febrianti dan Herbert (2022) dengan judul *Business Analysis and Product Innovation to Improve SMEs Business Performance*. Saat ini, pertumbuhan usaha khususnya usaha kecil dan menengah di Kota Bandung, Indonesia, mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Di era ini Pandemi COVID-19, pelaku UKM harus mampu meningkatkan kemampuan analisisnya, terutama pengetahuan tentang tren bisnis. Selain itu, faktor inovasi juga dirasa sangat penting untuk dapat bertahan dalam menghadapi persaingan. Pelajaran ini bertujuan untuk memahami pengaruh analisis bisnis dan kinerja inovasi dalam meningkatkan kinerja usaha usaha kecil dan menengah. Pelajaran ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan

eksplanatori untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Responden dalam hal ini penelitian ini adalah UKM di kota Bandung khususnya di Jalan Cikutra. 200 kuesioner didistribusikan tetapi hanya 170 yang dikembalikan. Hasil dalam penelitian ini adalah bahwa kedua variabel memiliki pengaruh yang cukup tinggi terhadap kinerja bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemampuan analisis bisnis dan inovasi merupakan faktor penting bagi UKM untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka.

Penelitian kedua dilakukan oleh (Dyah & Suprapti, 2022). Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan peran inovasi produk dalam memediasi pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja bisnis ukm kedai kopi. Jenis penelitian ini termasuk jenis penelitian asosiatif. Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung. Populasi dari penelitian ini adalah pemilik atau manajer kedai kopi di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung. Metode penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Ukuran sampel ditetapkan sebanyak 55 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur. Penelitian ini membuktikan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk dan kinerja bisnis kedai kopi di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis kedai kopi di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa Inovasi produk mampu memediasi hubungan antara orientasi pasar terhadap kinerja bisnis kedai kopi di Kota Denpasar dan Kabupaten Badung.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Kalil et al., (2020). Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja bisnis. Penelitian ini adalah penelitian lapangan untuk pengusaha UMKM di kota Semarang. Sampel dipilih menggunakan pendekatan *purposive sampling*, pelaku usaha (pemilik atau manajer) yang bersedia menjadi responden sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi produk secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di kota Semarang. Implikasi dari penelitian ini dapat digunakan oleh UMKM untuk mengoptimalkan kreativitas dan meningkatkan kemampuan inovasi produk sehingga berdampak pada peningkatan kinerja.

Penelitian keempat dilakukan oleh Siregar dan Pitriyani (2021) dengan judul Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Motivasi dan Inovasi Terhadap Kinerja UKM. *This study aims to*

determine the effect of entrepreneurial competence, motivation, and innovation on the performance of MSMEs in coffee shops in Pan Hulu District, Labuhanbatu Regency. Penelitian ini dilakukan di sebuah kedai kopi berbelanja di Ajamu dengan mengambil sampel sebanyak 160 responden. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan, motivasi, dan inovasi mempengaruhi kinerja UMKM di kedai kopi. Studi ini menggunakan non-metode probabilitas dalam bentuk insidental dan purposive contoh. Penelitian ini, menggunakan uji normalitas dan analisis jalur teknik dengan bantuan aplikasi perangkat lunak Amos. Hasil penelitian ditemukan 1) Kompetensi kewirausahaan tidak memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi. 2) Motivasi memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi. 3) Wirausaha kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap UMKM pertunjukan. 4) Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. 5) Inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan berpengaruh pada kinerja UMKM.

Penelitian kelima dilakukan oleh Hadi et al., (2020). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal sosial dan inovasi terhadap Kinerja bisnis UMKM. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan kinerja bisnis suatu usaha. Modal merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam menjalankan roda usaha. Namun, tidak semua modal yang diperlukan berupa modal material. Modal sosial merupakan modal yang sangat berpengaruh dalam dunia bisnis. Semakin luas modal sosial yang dimiliki maka akan meningkatkan kinerja usaha. Selain faktor modal sosial, inovasi juga menjadi salah satu faktor peningkatan perkembangan usaha. Inovasi diperlukan dalam menciptakan ide-ide baru yang dibutuhkan dalam mempertahankan roda usaha. Penciptaan inovasi dapat berupa inovasi terhadap produk, proses, pasar serta inovasi organisasi. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu modal sosial dan inovasi sedangkan variabel dependen yaitu Kinerja Bisnis. Sampel penelitian ini adalah pelaku usaha percetakan yang berlokasi di jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru. Dan metode penarikan sample menggunakan teknik sensus artinya semua pelaku UMKM percetakan yang berada di jalan Pangeran Hidayat Pekanbaru menjadi sampel yang dikumpulkan melalui kuesioner dengan jumlah 60 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal sosial dan inovasi secara parsial berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM.

Penelitian keenam dilakukan oleh Nizar (2018). *This study aims to determine the Influence of Human Resources, Capital and Marketing on the Performance of Small and Medium Enterprises of Apple Sari in Tukur District*. Populasi dalam penelitian ini adalah Usaha Kecil Menengah Sari Apel yang berada di Kecamatan Tukur, sedangkan sampel yang digunakan adalah 35 orang yang terdiri dari pemilik Usaha Kecil Menengah Sari Apel dan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda. Data yang digunakan dalam artikel ini adalah data primer dan data sekunder. Variabel sumber daya manusia, permodalan dan pemasaran menunjukkan adanya pengaruh terhadap kinerja UMKM sari apel di Kecamatan Tukur. Hal tersebut berarti semakin baik sumber daya manusia, permodalan dan pemasaran, maka kinerja UMKM sari apel di kecamatan tukur semakin meningkat. Kemudian diantara variabel sumber daya manusia, permodalan dan pemasaran, variabel pemasaran memiliki pengaruh yang lebih besar atau dominan terhadap kinerja UMKM sari apel di kecamatan tukur.

Penelitian ketujuh dilakukan oleh Jein Sriyana Toyib (2020). Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh sumber daya perusahaan dan orientasi wirausaha terhadap kinerja usaha kecil dan menengah di kabupaten Manokwari. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan metode penelitian asosiatif. Populasi penelitian adalah seluruh usaha kecil menengah yang tercatat di Dinas Koperasi dan UKM kabupaten Manokwari. Sampel penelitian berjumlah 100 UKM yang diambil dengan menggunakan teknik accidental sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara langsung terhadap usaha kecil dan menengah di kabupaten Manokwari. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sumber daya perusahaan dan orientasi wirausaha secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha kecil dan menengah (UKM) di kabupaten Manokwari.

Penelitian kedelapan dilakukan oleh Rokhman (2019). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keunggulan bersaing sebagai mediator pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran UKM Batik di Malang. Populasi dalam penelitian ini adalah 100 pemilik UKM batik di Malang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampling jenuh/sensus, artinya semua populasi dijadikan sampel sehingga sampel penelitian ini berjumlah 100 responden. Analisis data menggunakan Structural Equation Modelling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh langsung dan positif dari orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran UKM batik di

Kota Malang dan keunggulan bersaing mampu memediasi pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UKM batik di Kota Malang.

Penelitian kesembilan dilakukan oleh Eller et al., (2020). The aim of this study is to address the gap with the impact of the three main SME resources on digitization, information technology, employee skills, and digital strategy. Kami menilai dampaknya digitalisasi berdampak pada kinerja keuangan. Kami kemudian menyelidiki apakah digitalisasi memediasi efek dari sumber daya pada kinerja. Hasil survei terhadap 193 UKM menunjukkan bagaimana digitalisasi dapat berdampak pada UKM kinerja, dengan tiga sumber daya yang berhubungan positif dengan digitalisasi. Dan pada gilirannya, digitalisasi secara signifikan berhubungan dengan kinerja, memediasi pengaruh teknologi informasi terhadap kinerja.

Penelitian kesepuluh dilakukan oleh Purwaningsih dan Haryono (2019). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan, sumber daya manusia, operasional, pemasaran, dan kebijakan pemerintah terhadap kinerja UMKM di Kota Surabaya. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala likert dengan jumlah keseluruhan pernyataan sebanyak empat puluh tiga dan untuk variabel literasi keuangan juga menggunakan skala guttman dengan jumlah keseluruhan pertanyaan sebanyak lima. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 108 responden UMKM, UMKM tersebut merupakan UMKM yang terdaftar sebagai binaan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Surabaya tahun 2018. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan aplikasi SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa perilaku keuangan dari pemilik usaha dan pemasaran berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kota Surabaya, artinya semakin baik perilaku keuangan pemilik usaha dan semakin baik pemasaran yang dilakukan maka semakin baik kinerja usaha yang dapat dihasilkan.

2.3 Hubungan Antar Variabel Penelitian

2.3.1 Pengaruh Inovasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM

Kungwansupaphan et al., (2019) dalam penelitiannya mengatakan bahwa dalam inovasi, mereka terus meningkatkan produk dan proses produksi mereka, menggunakan kreativitas untuk mengembangkan dan memperkenalkan produk baru. Melalui diferensiasi dalam memadukan pola,

warna dan jenis benang untuk produk baru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi kewirausahaan berhubungan langsung dengan kinerja bisnis. Kebanyakan pengusaha mengatakan bahwa alasan kuat untuk menjadi inovatif adalah dinamika pasar dan perubahan preferensi pelanggan. Mereka juga penting untuk berada di garis depan pasar yang kompetitif untuk memperkenalkan produk baru. Pengembangan produk baru dan pengenalan produk yang tepat waktu sangat penting untuk meningkatkan penjualan dan kinerja bisnis.

2.3.2 Pengaruh Ketersediaan Sumber Daya Terhadap Kinerja UMKM

Rahadian (2017) juga mengemukakan berdasarkan konsep pendekatan berbasis sumber daya bahwa perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing yang berkesinambungan dan memperoleh keuntungan superior dengan memiliki dan mengendalikan asset-aset strategis. Maka hal tersebut sebanding dengan kinerja bisnis yang semakin baik pula.

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Identifikasi Variabel – Variabel Penelitian

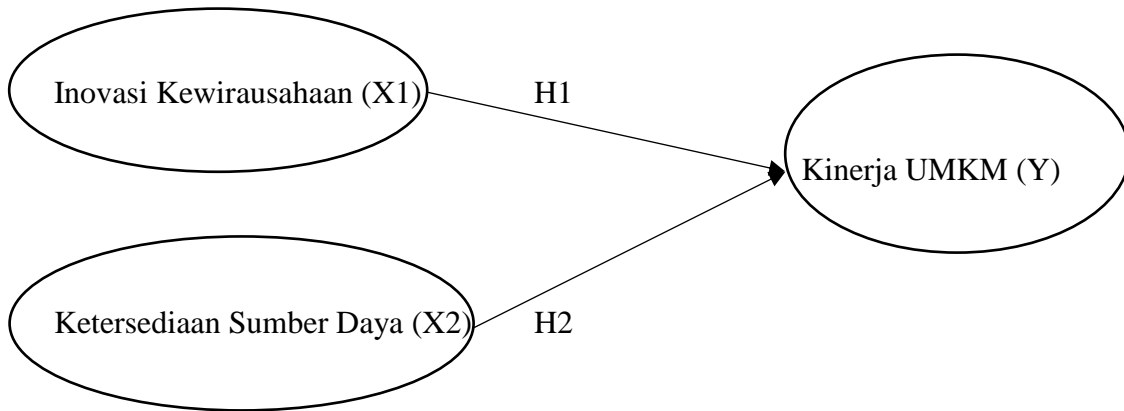
Berdasarkan landasan teori dan permasalahan yang dikemukakan, maka peneliti mengambil hipotesis yaitu :

H1 : Diduga Inovasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM Kedai Kopi di Kecamatan Kelapa Gading

H2 : Diduga Ketersediaan sumber daya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM Kedai Kopi di Kecamatan Kelapa Gading

2.5 Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual merupakan gambaran alur pemikiran penulisan dalam memberikan penjelasan kepada pembaca. Kerangka konseptual ini dibuat bertujuan mempermudah dalam memahami keterkaitan antara variabel independent yaitu inovasi kewirausahaan dan ketersediaan sumber daya terhadap variabel dependent kinerja UMKM, dengan kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian