

**ANALISIS PERILAKU INOVASI SEBAGAI MEDIATOR DALAM
PENINGKATAN KINERJA UMKM**

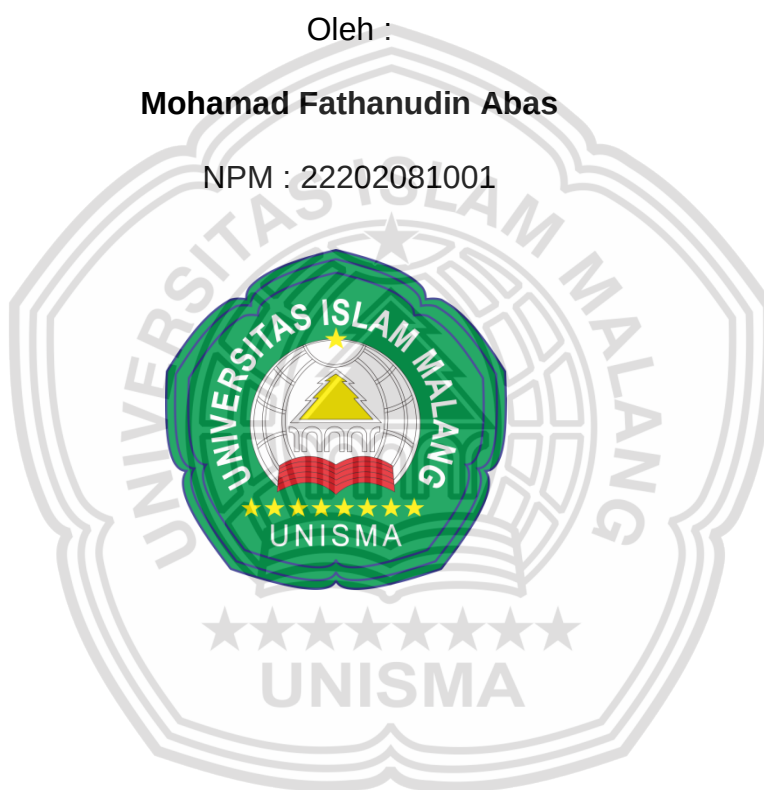
TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen

Oleh :

Mohamad Fathanudin Abas

NPM : 22202081001



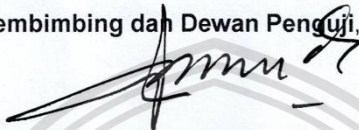
**MAGISTER MANAJEMEN
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
2024**

TESIS

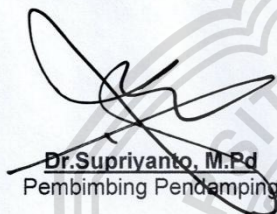
ANALISIS PERILAKU INOVASI SEBAGAI MEDIATOR DALAM PENINGKATAN KINERJA UMKM

Oleh
Mohamad Fathanudin Abas
NPM: 22202081001

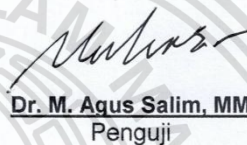
Pembimbing dan Dewan Penguji,



Dr. Pardiman, SE., MM
Pembimbing Utama



Dr. Supriyanto, M.Pd
Pembimbing Pendamping



Dr. M. Agus Salim, MM
Penguji

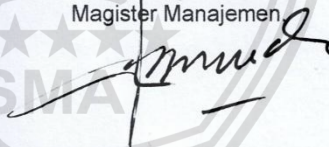
Tesis ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Magister Manajemen
Pada Tanggal 22 Juni 2024



Direktur Pascasarjana
Universitas Islam Malang,

Prof. H.M. Mas'ud Said, MM., Ph.D

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



Dr. Pardiman, SE., MM

JUDUL TESIS

: ANALISIS PERILAKU INOVASI
SEBAGAI MEDIATOR DALAM
PENINGKATAN KINERJA UMKM

Nama Mahasiswa : Mohamad Fathanudin Abas
NIM : 22202081001
Program Studi : Magister Manajemen
Minat : Scale Up Business

KOMISI PEMBIMBING :

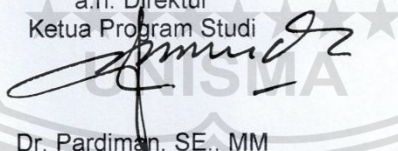
Pembimbing Utama : Dr. Pardiman, SE., MM
Pembimbing Pendamping : Dr. Supriyanto, M.Pd

DOSEN PENGUJI :

Dosen Penguji : Dr. M. Agus Salim, MM

Tanggal Ujian : 22 Juni 2024

a.n. Direktur
Ketua Program Studi



Dr. Pardiman, SE., MM

UNIVERSITAS ISLAM MALANG
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**PERSETUJUAN PEMBIMBING**
UJIAN AKHIR TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, Pembimbing I dan Pembimbing II memberikan persetujuan pelaksanaan Ujian Akhir Tesis dari mahasiswa:

Nama : Mohamad Fathanudin Abas
NPM : 22202081001
Judul Tesis : Pengaruh Kompetensi, Karakter Entrepreneur, Motivasi Berwirausaha, Melalui Perilaku Inovasi Sebagai Variabel Intervening Terhadap Kinerja Umkm Kota Malang

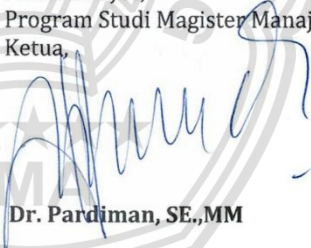
Yang insya Allah akan diselenggarakan pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 20 Juni 2024

Nama Pembimbing	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
Dr. Pardiman, SE., MM	Pembimbing 1		13 Juni 2024
Dr. Supriyanto, M.Pd	Pembimbing 2		14 Juni 2024

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Malang, 20 Juni 2024
MENYETUJUI,
Program Studi Magister Manajemen
Ketua,


Dr. Pardiman, SE., MM

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Mohamad Fathanudin Abas

NPM : 22202081001

Program Studi : Magister Manajemen

Menyatakan bahwa Tesis dengan judul :

Analisis Perilaku inovasi sebagai mediator dalam peningkatan kinerja UMKM

Yang diuji pada tanggal 22 Juni 2024 adalah benar-benar hasil karya saya. Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Tesis ini tidak terdapat sebagian atau keseluruhan hasil tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru, dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat ataupun pikiran penulis lain yang saya akui sebagai hasil tulisan sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya secara sengaja maupun tidak sengaja melakukan hal tersebut di atas, maka saya menarik tesis yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri, dan jika terbukti saya melakukan pelanggaran sebagaimana hal tersebut di atas dan mengakui sebagai hasil karya saya sendiri, maka gelar dan ijazah yang telah diberikan Universitas Islam Malang berhak untuk dibatalkan.

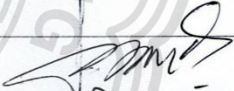
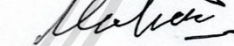
Malang, 22 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Mohamad Fathanudin Abas

SAKSI-SAKSI

1. Dr. Pardiman, SE., MM Pembimbing Utama – Ketua Dewan Penguji	
2. Dr. Supriyanto, M.Pd Pembimbing Pendamping – Anggota Dewan Penguji	
3. Dr. M. Agus Salim, MM Anggota Dewan Penguji	

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama Lengkap : Mohamad Fathanudin Abas
Tempat, Tanggal Lahir : Jombang, 30 September 1995
Nomor Pokok Mahasiswa : 22202081001
Nama Orang tua : - Samsudin
: - Munasaroh
Alamat : Jl Margobasuki No 22a
Mulyoagung Dau Malang
Email : 22202081001@unisma.ac.id
No, Telephone : 089687527731 / 082228776774

Pendidikan

SD = SDN Krecek 1 Sumber Agung, Krecek, Badas Kediri
SMP = Mts Wahid Hasyim 03 Dau, Kabupaten Malang
SMA = SMK PGRI 03, Kota Malang
S1 = Universitas Islam Malang
S2 = Universitas Islam Malang

Pengalaman magang/kerja

2013-2014 : PT Sumber Alfaria Trijaya. Tbk
2004-2004 : Karyawan Swasta di PTS Kota Malang.



MOTTO

"Menuntut ilmu adalah kewajiban yang tidak pernah berakhir,
sebagaimana hadits mengajarkan, 'Utlubul 'ilma minal mahdi ilal lahdi.'
Dalam setiap langkah kehidupan, kita harus selalu mencari pengetahuan
untuk terus berkembang dan menjadi lebih baik."



PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, tesis ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kesabaran, dan ilmu pengetahuan yang tiada terhingga. Segala puji hanya bagi-Mu, ya Allah, atas segala nikmat dan rahmat yang Engkau limpahkan.
2. Orang tua tercinta, yang selalu memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang yang tak terbatas. Tanpa cinta dan pengorbanan kalian, pencapaian ini tidak akan mungkin terwujud. Terima kasih atas segala pengorbanan dan bimbingan yang telah diberikan sepanjang perjalanan hidup saya.
3. Keluarga besar yang selalu memberikan semangat dan dorongan moral dalam setiap langkah perjalanan akademik ini. Kehadiran kalian memberikan kekuatan tersendiri dalam menjalani proses ini.
4. Dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran, dan kritik yang membangun. Terima kasih atas bimbingan dan kesabaran yang telah diberikan selama proses penyusunan tesis ini.
5. Teman-teman dan rekan seperjuangan, yang telah berbagi suka dan duka, serta memberikan motivasi dan dukungan dalam menyelesaikan studi ini. Kebersamaan dan persahabatan kita adalah harta yang sangat berharga.
6. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah membantu dan memberikan kontribusi dalam proses penyelesaian tesis ini. Terima kasih atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullohi Wabarokatuh

Dengan segala puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan Rahmat, Taufiq Dan Hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di Universitas Islam Malang. Penyusunan penelitian ini juga dimaksudkan untuk sedikit memberi sumbangan karya ilmiah yang nantinya dapat bermanfaat bagi pihak yang berhubungan dengan penelitian ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dan bimbingan yang telah diberikan oleh berbagai pihak. Untuk itu peneliti tidak lupa menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. **Prof. Dr. H. Maskuri, M.Si** selaku Rektor Universitas Islam Malang.
2. **Prof. H. M. Mas'ud Said, M.M., PH.D** selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Malang
3. **Dr. Pardiman, SE.,MM** selaku Ketua program studi Magister Manajemen Universitas Islam Malang.
4. **Dr. Pardiman, SE.,MM dan Dr. Supriyanto.M.Pd** selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, saran-saran di dalam penyelesaian penyusunan tesis ini.
5. **Dr. Agus Salim S,E.,M.M.** Selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan, kritikan dan saran-saran di akhir penyelesaian penyusunan tesis ini
6. Seluruh dosen Magister Manajemen Universitas Islam Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan mendidik penulis selama di bangku perkuliahan.

7. Untuk Orang Tua, Mertua, Istri dan anak kami yang telah memberikan doa dan dukungan tanpa henti untuk menyelesaikan penyusunan tesis ini.
8. Teman- teman semuanya yang telah memberikan semangat dan motivasi sehingga bisa menyelesaikan Tesis ini dengan baik.
9. Dan kepada semua pihak yang tidak mampu saya sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan membantu hingga terselesaikannya penelitian ini.

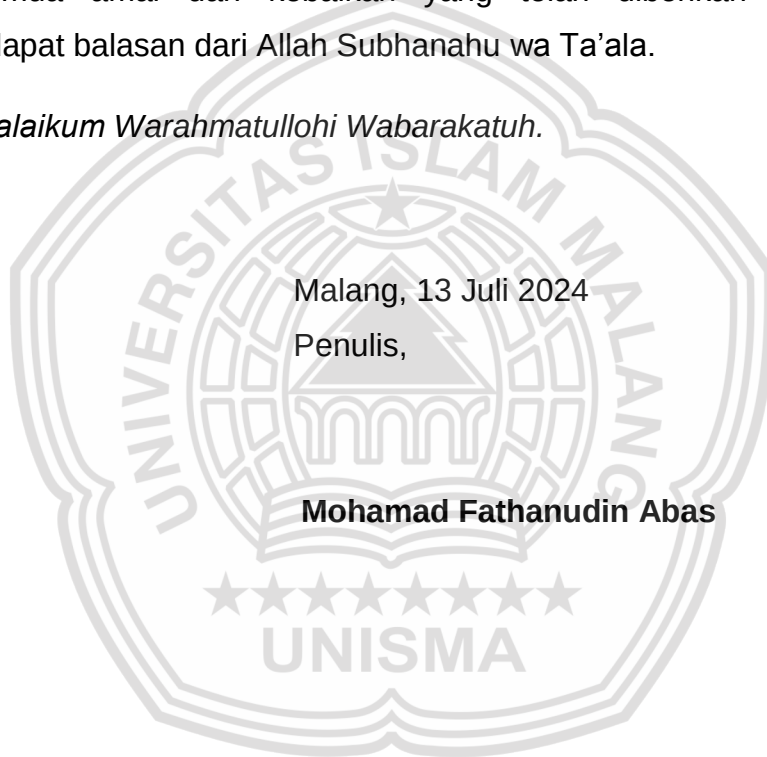
Semoga semua amal dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulismendapat balasan dari Allah Subhanahu wa Ta'ala.

Wassalamu'alaikum Warahmatullohi Wabarakatuh.

Malang, 13 Juli 2024

Penulis,

Mohamad Fathanudin Abas



ABSTRAK

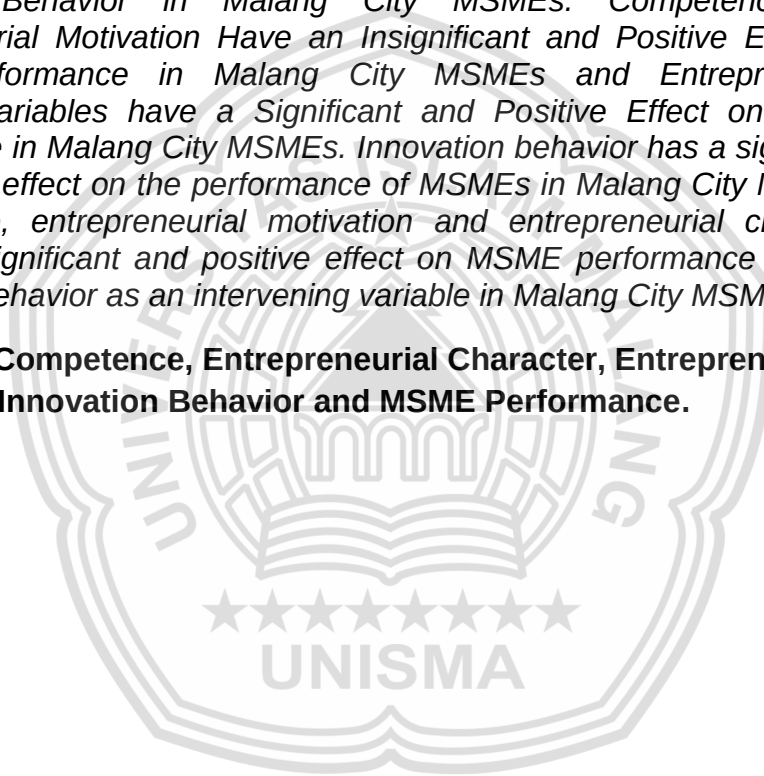
Di Indonesia, UMKM tidak hanya menjadi tulang punggung ekonomi, tetapi juga menjadi sumber daya yang vital dalam penciptaan lapangan kerja dan distribusi pendapatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kompetensi, Karakter *Entrepreneur* Dan Motivasi Berwirausaha Melalui Perilaku Inovasi Sebagai Variabel *Intervening* Terhadap Kinerja UMKM Kota Malang. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatori dengan menggunakan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 93 orang. Teknik pengumpulan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data yaitu *SEM (Structural Equation Model)* dengan alat regres yaitu SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kompetensi dan Motivasi Berwirausaha Berpengaruh Positif dan tidak signifikan Terhadap Perilaku Inovasi Pada UMKM Kota Malang, Sedangkan Karakter Entrepreneur Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Perilaku Inovasi Pada UMKM Kota Malang. Kompetensi dan Motivasi Berwirausaha Berpengaruh Positif dan Tidak Signifikan Terhadap Kinerja UMKM Pada UMKM Kota Malang dan variabel Karakter Entrepreneur Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kinerja UMKM Kota Malang. Perilaku Inovasi Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kinerja UMKM Pada UMKM Kota Malang. Kompetensi, Motivasi Berwirausaha dan Karakter Entrepreneur Berpengaruh Positif dan Tidak Signifikan Terhadap Kinerja UMKM Melalui Perilaku Inovasi Sebagai Variabel Intervening Pada UMKM Kota Malang.

Kata Kunci : Kompetensi, Karakter Entrepreneur, Motivasi Berwirausaha, Perilaku Inovasi dan Kinerja UMKM

ABSTRACT

In Indonesia, MSMEs are not only the backbone of the economy, but also a vital resource in job creation and income distribution. This study aims to determine the effect of competence, entrepreneurial character and entrepreneurial motivation through innovation behavior as an intervening variable on the performance of SMEs in Malang City. This study uses the type of explanatory research using quantitative methods. The sample used was 93 people. Sample collection techniques using purposive sampling. The data analysis technique is SEM (Structural Equation Model) with a regression tool, SmartPLS. The results of this study indicate that Competence and Entrepreneurial Motivation Do Not Have a Significant and Positive Effect on Innovation Behavior in Malang City MSMEs, While Entrepreneurial Character Has a Significant and Positive Effect on Innovation Behavior in Malang City MSMEs. Competence and Entrepreneurial Motivation Have an Insignificant and Positive Effect on MSME Performance in Malang City MSMEs and Entrepreneurial Character variables have a Significant and Positive Effect on MSME Performance in Malang City MSMEs. Innovation behavior has a significant and positive effect on the performance of MSMEs in Malang City MSMEs. Competence, entrepreneurial motivation and entrepreneurial character have an insignificant and positive effect on MSME performance through innovation behavior as an intervening variable in Malang City MSMEs.

Keywords: Competence, Entrepreneurial Character, Entrepreneurial Motivation, Innovation Behavior and MSME Performance.



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	20
BAB II LANDASAN TEORI	20
2.1 Penelitian Terdahulu	20
2.2 Kajian Teori	26
2.2.1 <i>Grand Theory Planned Behaviour (TPB)</i>	26
2.2.2 Kompetensi Sumber Daya Manusia	31
2.2.2 Karakter <i>Entrepreneur</i>	42
2.2.3 Motivasi Berwirausaha	50
2.2.4 Perilaku Inovasi	65
2.2.5 Kinerja UMKM	72
2.3 Kerangka Konseptual	82
2.4 Pengembangan Hipotesis	83
2.4.1 Hubungan Antara Kompetensi terhadap Perilaku Inovasi	84
2.4.2 Hubungan Antara Karakter <i>Entrepreneur</i> Terhadap Perilaku Inovasi	85
2.4.3 Hubungan Antara Motivasi Berwirausaha Terhadap Perilaku Inovasi	87
2.4.4 Hubungan Antara Kompetensi Terhadap Kinerja UMKM.	87
2.4.5 Hubungan Antara Karakter <i>Entrepreneur</i> Terhadap Kinerja UMKM.	89
2.4.6 Hubungan Antara Motivasi Berwirausaha Terhadap Kinerja UMKM.	90
2.4.7 Hubungan Antara Perilaku Inovasi Terhadap Kinerja UMKM	91
2.4.8 Hubungan Kompetensi terhadap kinerja UMKM dengan perilaku Inovasi sebagai Variabel Intervening.	93

2.4.9 Hubungan Karakter <i>Entrepreneur</i> Terhadap Kinerja UMKM Dengan Perilaku Inovasi Sebagai Variabel Intervening.	94
2.4.10 Hubungan Motivasi Berwirausaha Terhadap Kinerja UMKM Dengan Perilaku Inovasi Sebagai Variabel Intervening.....	96
BAB III	117
METODE PENELITIAN	117
3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian.	117
3.1.1 Jenis Penelitian.....	117
3.1.2 Lokasi Penelitian	117
3.1.3 Waktu Penelitian.....	118
3.2 Populasi dan Sampel.....	118
3.2.1 Populasi	118
3.2.2 Sampel.....	119
3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	120
3.3.1 Jenis Data.....	120
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	121
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	123
3.4.1 Definisi Konseptual.....	123
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	126
3.5 Uji Instrumen Penelitian.....	129
3.5.1 Uji Validitas.....	129
3.5.2 Uji Reliabilitas	129
3.5.3 Uji <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	130
BAB IV HASIL PENELITIAN	138
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	138
4.1.1 Gambaran Umum UMKM di Kota Malang.....	138
4.2 Deskripsi Data Responden	140
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	144
4.4 Uji Instrumen	161
4.4.1 Uji Validitas	161
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	163
4.4.3 Skema Model <i>Partial Least Square</i> (PLS)	164
4.5 Pengujian Hipotesis (<i>Path Coefficient</i>)	174
4.5.1 Hipotesis Pengaruh Langsung Antar Variabel	175
4.5.2 Hipotesis Pengujian Pengaruh Tidak Langsung	178
BAB V PEMBAHASAN	181
1.1 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	181

5.1.1 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Langsung	181
5.1.2. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Tidak Langsung	193
1.2 Implikasi Penelitian	200
1.3 Kontribusi Penelitian.....	203
1.4 Keterbatasan Penelitian	205
BAB VI SIMPULAN DAN SARAN.....	207
5.1 Simpulan	207
5.2 Saran	208
DAFTAR PUSTAKA	211
LAMPIRAN.....	218



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	122
Tabel 4. 1 Jumlah UMKM yang terdata oleh Dinas Koperasi dan UMKM	139
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	140
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	141
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	142
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan.....	142
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan per bulan.....	143
Tabel 4. 7 Kategori Skor	145
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kompetensi.....	145
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Karakter Entrepreneur	148
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden Variabel Motivasi Berwirausaha	151
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kinerja UMKM.....	156
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden Variabel Perilaku Inovasi ..	159
<i>Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas</i>	162
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas.....	163
Tabel 4. 15 Output Result for Outer Loadings	166
Tabel 4. 16 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	168
<i>Tabel 4. 17 Cross Loading</i>	168
<i>Tabel 4. 18 Nilai Composite Reliability</i>	170
<i>Tabel 4. 19 Nilai Average Variance Extracted (AVE)</i>	170
<i>Tabel 4. 20 Cronbach Alpha</i>	171
Tabel 4. 21 Hasil uji R Square	173
Tabel 4. 22 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung	175
Tabel 4. 23 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	179

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian	219
Lampiran 1. 2 Jawaban Responden	224
Lampiran 1. 3 Hasil Regresi menggunakan aplikasi SmartPLS	245



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Sumber https://diskopindag.malangkota.go.id/ , 2023	3
Gambar 1. 2 Sumber https://diskopindag.malangkota.go.id/ , 2023	4
Gambar 2. 1 Theory of Planned Behavior	28
Gambar 2. 2 Teori Hierarki kebutuhan Maslow	54
Gambar 2. 3 Teori Kebutuhan McClelland	57
Gambar 2. 4 Model Teori Harapan	59
Gambar 2. 5 Model Porter & Lawler.....	60
Gambar 2. 6 Kerangka Konseptual.....	83



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia, sebagai negara yang sedang berkembang, sangat erat kaitannya dengan usaha komersial yang dilakukan oleh individu maupun kolektif. Dalam Islam, dianjurkan untuk bekerja dengan tujuan mencari berkah Allah SWT di dunia. Namun demikian, penting untuk memastikan bahwa semua tindakan manusia berakar pada prinsip-prinsip Allah SWT. Dipandu oleh keyakinan bahwa semua tindakan manusia harus didasarkan pada keimanan yang teguh kepada Allah SWT, memastikan bahwa setiap usaha membuahkan hasil yang positif.

Membawa kepositifan dan keunggulan. Allah SWT memerintahkan manusia untuk melakukan kegiatan produktif daripada berdiam diri atau bermalas-malasan, sebagaimana terdapat di dalam Al-Qur'an

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ ﴿١٠﴾

dijelaskan dalam surat Al-A'raf ayat 10 :

Artinya: “Sesungguhnya Kami telah menempatkan kamu sekalian di muka bumi dan Kami adakan bagi kalian di muka bumi itu (sumber) penghidupan. Amat sedikitlah kalian bersyukur.” Dari ayat tersebut Allah SWT telah memberikan kemudahan kepada manusia, Allah SWT memerintahkan untuk bekerja dan berusaha dengan

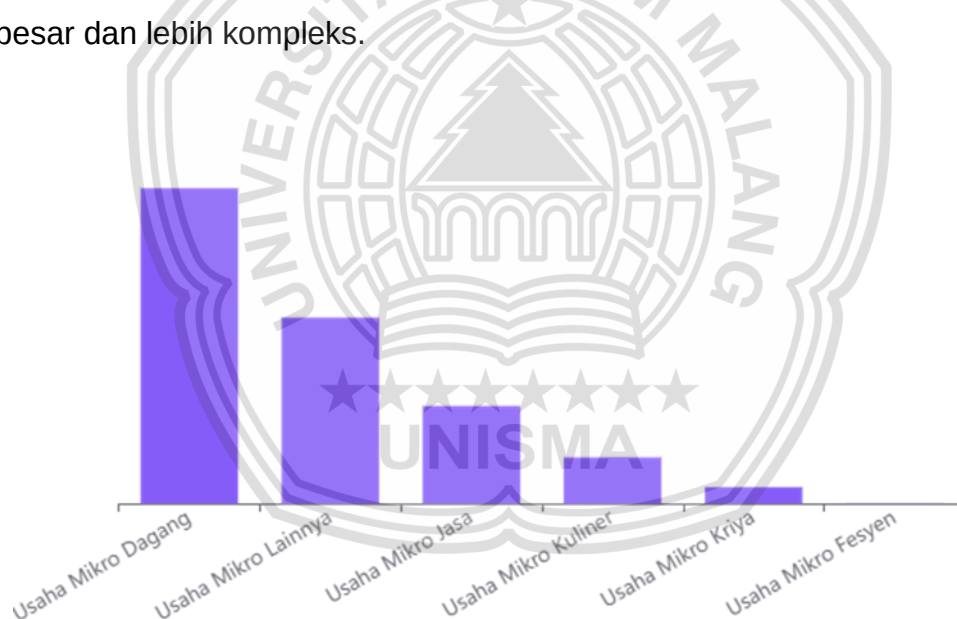
sebenarnya di masyarakat baik untuk kepentingan diri sendiri maupun orang lain.

Pada era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian suatu negara. Di Indonesia, UMKM tidak hanya menjadi tulang punggung ekonomi, tetapi juga menjadi sumber daya yang vital dalam penciptaan lapangan kerja dan distribusi pendapatan. Namun, tantangan yang dihadapi oleh UMKM tidak dapat diabaikan. Salah satu tantangan utama adalah meningkatkan kinerja agar dapat bersaing secara efektif dalam pasar global yang semakin kompetitif. Pertumbuhan UMKM di Indonesia menunjukkan dinamika yang menarik seiring dengan perubahan kondisi ekonomi dan dukungan dari berbagai pihak. UMKM memiliki peran yang penting dalam menggerakkan perekonomian suatu negara, termasuk di Indonesia. UMKM tidak hanya menjadi sumber lapangan kerja, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal, distribusi pendapatan, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Kota Malang, dengan keindahan alamnya yang khas dan atmosfer yang ramah, telah menjadi tempat berkembangnya sejumlah UMKM yang beragam. Pusat-pusat kreativitas dan inovasi menjadikan Kota Malang sebagai lingkungan yang mendukung pengusaha lokal untuk mengembangkan usaha mereka. UMKM memegang peran yang signifikan dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Kota Malang. Namun, masih terdapat berbagai tantangan yang dihadapi oleh

UMKM, terutama terkait dengan kinerja mereka. Sementara itu, tantangan seperti perubahan tren konsumen, persaingan global, dan ketidakpastian ekonomi juga menjadi bagian dari realitas UMKM di Kota Malang. Namun, melalui ketekunan dan adaptabilitas, banyak UMKM yang berhasil mengatasi hambatan tersebut.

Di tengah perkembangan positif ini, UMKM di Kota Malang juga menghadapi sejumlah tantangan yang dapat mempengaruhi keberlanjutan dan pertumbuhan. Sementara beberapa UMKM dapat memanfaatkan platform digital untuk berekspansi secara global, UMKM lainnya mungkin kesulitan untuk bersaing di pasar yang lebih besar dan lebih kompleks.

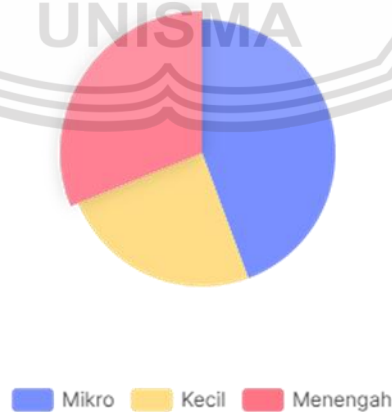


Gambar 1. 1 Sumber <https://diskopindag.malangkota.go.id/>, 2023

Pemerintah daerah memainkan peran penting dalam mendorong perkembangan UMKM. Program dukungan keuangan, pelatihan startup, dan insentif pajak telah memberikan insentif positif bagi pemilik UMKM. Sebagai contoh, pelatihan kejuruan yang

diselenggarakan oleh pemerintah membantu pengusaha lokal meningkatkan kemampuan manajemen bisnis mereka, meningkatkan kualitas produk, dan pemahaman pasar. Untuk mewujudkan cita-cita menjadi bangsa yang mandiri dan berdaulat di bidang ekonomi, pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting.

Sejumlah 60 juta pelaku UMKM di Indonesia telah berkontribusi terhadap PDB dengan persentase nilai 60,51% dan terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Pengembangan UMKM telah menjadi fokus utama Presiden Joko Widodo dan dalam RPJMN 2020-2024 telah mengamanatkan penguatan kewirausahaan, UMKM, dan Koperasi dengan strategi di antaranya transformasi usaha informal menjadi formal dan transformasi digital.



Gambar 1. 2 Sumber <https://diskopindag.malangkota.go.id/>, 2023

Pertumbuhan minat kewirausahaan menjadi penting dalam

pembangunan ekonomi mengingat kondisi kontras antara demand dan supply tenaga kerja yang terus meningkat. Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) merupakan bagian usaha nasional yang berperan penting dalam tujuan pembangunan nasional. UMKM dapat dianggap juga sebagai lokomotif pertumbuhan ekonomi nasional dan daerah (regional) karena berpotensi memberdayakan semua sumber daya dan mendorong tumbuhnya kewirausahaan (Sari, dkk, 2016). Dalam prakteknya, UMKM di Indonesia masih mengalami berbagai tantangan seperti dari segi inovasi dan teknologi yang perlu ditingkatkan, pembiayaan, sumber daya manusia (SDM), branding dan pemasaran, legalitas, serta standarisasi dan sertifikasi. “Pada masa pandemi ini, tantangan UMKM bertambah dari sisi adaptasi terhadap perkembangan teknologi. Oleh karena itu, perlu dilakukan transformasi UMKM melalui penerapan teknologi digital,” tutur Menko Airlangga.

Pemerintah telah mengeluarkan beragam kebijakan yang berpihak pada UMKM, utamanya bagi mereka yang terdampak pandemi. Pada 2020, anggaran Pemulihan Ekonomi Nasional untuk Dukungan UMKM terealisasi sebesar Rp121,20 triliun dan di 2021 dialokasikan sebesar Rp95,13 triliun.

Pendekatan melalui model inkubasi ini diharapkan mampu melahirkan *enterprenuer* baru yang berkualitas. Ia menegaskan, Pemerintah perlu melahirkan *the future* SME yang mampu bersaing baik di pasar domestik maupun pasar global UMKM Indonesia harus

terus berkembang agar dapat memainkan peran ini dengan menjadi kompetitif secara global. Namun, UMKM masih harus menghadapi sejumlah masalah seiring perkembangannya. Oleh karena itu, sangat penting untuk memberikan saran yang berkelanjutan kepada UMKM, terutama bimbingan internal. Pertama, ada dua faktor internal: etos kerja, semangat kewirausahaan, naluri bisnis, dan kualitas sumber daya manusia (SDM). Kategori kedua adalah manajemen, yang mencakup keterampilan mengorganisir, merencanakan, bertindak, dan mengendalikan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) secara historis telah menjadi pemain utama dalam perekonomian Indonesia, terutama sebagai penyedia lapangan kerja terbesar, dan sumber pendapatan primer atau sekunder bagi banyak Rumah Tangga (Tambunan, 2006).

Terdapat sekitar 8.000 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Malang. Surat Edaran Wali Kota Malang Nomor 5 Tahun 2021 tentang Prioritas Penggunaan Produk UMKM dan Pelaku Ekonomi Kreatif dalam Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah Kota Malang melalui Aplikasi Pengadaan Jatim Bejo dan Bela hanyalah salah satu contoh bagaimana Pemerintah Kota Malang secara aktif mendukung UMKM lokal. Dukungan ini tulus dan akan terus berkembang.

Pemerintah Kota Malang juga telah mengalokasikan 46 persen pengadaan barang dan jasa yang dipeuntukkan bagi jenis usaha kecil dan atau koperasi pada tahun anggaran 2022. Sejumlah sentra

industri UMKM unggulan diantaranya yakni: Keripik Tempe, Batik, Fesyen, Painting, Keramik, Rotan, Sanitair, Gerabah, Mebel, Raket, dll. UMKM harus menghadapi tantangan internal, seperti beberapa masalah SDM. Pertama, masih ada kesenjangan pengetahuan di antara para pelaku UMKM tentang teknologi manufaktur terbaru dan bagaimana melakukan kontrol kualitas produk. Kedua, pelaku UMKM belum mampu menangkap secara menyeluruh kebutuhan yang diinginkan pasar karena masih belum mahir dalam menerjemahkan kebutuhan pasar. Ketiga, para pelaku UMKM masih mempromosikan produk mereka dari mulut ke mulut. Media sosial dan jaringan online belum dijadikan sebagai alat pemasaran oleh para pegiat UMKM. Karena mereka masih memiliki kapasitas terbatas untuk membayar tenaga kerja, para penggerak UMKM belum mampu melibatkan lebih banyak tenaga kerja dalam hal kuantitas.

Dinas UMKM di Kota Malang melaporkan bahwa hambatan internal, seperti yang berkaitan dengan infrastruktur, modal, dan sumber daya manusia, dan hambatan eksternal, adalah tantangan utama yang dihadapi UMKM di Kota Malang. Permodalan adalah masalah internal yang pertama. Karena mayoritas pelaku usaha menggunakan dana mereka sendiri, masalah ini adalah salah satu yang masih mereka hadapi. Sumber daya manusia yang tidak memadai dalam hal jumlah, keterampilan, dan pembagian kinerja merupakan masalah internal kedua. Sebagian besar perusahaan didirikan sebagai hasil dari perencanaan yang buruk, termasuk

mempersiapkan divisi tenaga kerja dan mempekerjakan pekerja yang masih memiliki hubungan keluarga. Keuangan dan pemasaran merupakan keterbatasan selanjutnya.

Dalam upaya untuk mengoptimalkan jangkauan perusahaan UMKM di Kota Malang, Pemerintah Kota Malang telah mengimplementasikan sejumlah inisiatif nyata. Misalnya, bisnis UMKM dikategorikan ke dalam kategori mikro dan menengah untuk memfasilitasi masuknya mereka ke pasar global. Secara lebih spesifik, para pelaku UMKM ini nantinya akan diizinkan untuk berpartisipasi dalam pengadaan secara online melalui saluran yang difasilitasi oleh pemerintah, seperti Bela Pengadaan dan Jawa Timur Belanja Online (Jatim Bejo), serta di BUMD yang dimiliki oleh Pemerintah Kota Malang, khususnya Perusahaan Umum Daerah Tugu Aneka Usaha (Tunas). Upaya lain dari Pemkot Malang melalui perangkat daerah terkait pihak Pemkot Malang juga memberi pendampingan khusus bagi pelaku UMKM. Misalnya terkait Kompetensi, manajemen keuangan, agar jika ada bantuan benar-benar dimanfaatkan untuk pengembangan usaha dan tidak untuk kepentingan pribadi. Yang tak kalah penting juga terkait manajemen produksi dan produktivitas. Seperti halnya bagaimana menyiasati untuk menekan biaya produksi tapi mendapat keuntungan yang maksimal.

Kinerja yang buruk dapat disebabkan oleh berbagai variabel internal dan eksternal. (A.A. Anwar 2012) menegaskan bahwa UMKM yang memiliki kinerja yang kuat akan memiliki Kinerja UMKM yang

tinggi. Dibutuhkan sumber daya manusia yang kompeten untuk mewujudkannya. Menurut (A.A. Anwar 2012), Kompetensi sumber daya manusia adalah pengetahuan, keterampilan, kemampuan, dan sifat-sifat kepribadian yang berdampak langsung pada kinerja individu. Dalam upaya meningkatkan kinerja UMKM, peran Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi sangat penting. Kompetensi SDM yang memadai merupakan faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam operasional bisnis. Selain itu, karakter entrepreneur juga memiliki peran yang signifikan dalam membentuk pola pikir dan sikap yang diperlukan untuk menghadapi tantangan dan mengambil peluang dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Kompetensi sumber daya manusia merupakan salah satu elemen yang mempengaruhi kinerja UMKM. Hal ini dikarenakan efektivitas sebuah unit bisnis didasarkan pada bagaimana anggotanya menjalankan perusahaan (Wahyudiati and Isroah 2018). Dalam dunia bisnis harus memiliki kompetensi professional dalam penguasaan usaha yang dijalankan memiliki wibawa pengusaha yang sukses. Selain itu menjadikan seorang pengusaha harus teliti dalam segala hal, terutama dalam strategi-strategi untuk meningkatkan usaha semakin berkembang pesat dan profesionalitas. Demikian juga al-Qur'an menuntut kita agar bekerja dengan penuh kesungguhan, baik dan bukan asal jadi. Dalam syrat al- An'am dinyatakan :

قُلْ يَقَوْمِ اعْمَلُوا عَلَىٰ مَكَانَتِكُمْ إِنِّي عَامِلٌ فَسَوْفَ تَعْلَمُونَ مَنْ تَكُونُ لَهُ عَاقِبَةُ
الدَّارِ إِنَّهُ لَا يُفْلِحُ الظَّالِمُونَ ﴿١٣٥﴾

Artinya : Katakanlah (Nabi Muhammad), “Wahai kaumku, berbuatlah menurut kedudukanmu, aku pun berbuat (demikian). Kelak kamu akan mengetahui siapa yang akan memperoleh tempat (terbaik) di akhirat (nanti). Sesungguhnya orang-orang yang zalim tidak akan beruntung (Q.S.Al An’am : 135).

Menurut (Ardiana, Brahmayanti, and Subaedi 2010) menyatakan kualitas sumber daya manusia diperlukan terutama dibidang Kompetensi sumber daya manusia seperti knowledge, skill, dan ability dalam berwirausaha. (Fibriyani and Mufidah 2018) dalam penelitiannya menemukan bahwa Kompetensi sumber daya manusia berpengaruh positif pada kinerja UMKM. Semakin baik Kompetensi sumber daya manusia maka semakin meningkat pula kinerja UMKM tersebut.

(Ardiana, Brahmayanti, and Subaedi 2010) Namun hasil berbeda yang ditemukan dalam penelitian bahwa pengetahuan sumber daya manusia UKM tidak berpengaruh pada kinerja UMKM. (Kristanto 2021) menyebutkan faktor yang signifikan mempengaruhi kinerja UMKM adalah aspek SDM. Salah satu elemen yang juga mempengaruhi kinerja UMKM adalah Kompetensi SDM. Sumber daya utama yang dibutuhkan untuk meningkatkan

profesionalisme UMKM adalah sumber daya manusia. Hal ini dikarenakan efektivitas sebuah unit bisnis didasarkan pada bagaimana para anggotanya menjalankan perusahaan. Pertumbuhan bisnis harus mendukung kinerja UMKM, tetapi pengembangan SDM harus mendukung pengembangan UMKM dalam beberapa hal. Kualitas sumber daya manusia sangat penting, terutama dalam hal Kompetensi SDM seperti pengetahuan, keterampilan, dan bakat kewirausahaan (Ardiana, Brahmayanti, and Subaedi 2010).

Menurut Hofer dan Sandberg dalam (Hunger and Thomas L. 2003), "kinerja usaha kecil dipengaruhi oleh tiga faktor, terutama untuk usaha baru." Faktor-faktor penentu ini adalah struktur industri, strategi perusahaan, dan sifat-sifat kewirausahaan, yang diurutkan berdasarkan tingkat kepentingannya." Selain itu, "terdapat pengaruh positif dari variabel karakter kewirausahaan terhadap perkembangan usaha" disoroti dalam penelitian (Purwanti 2013).

Untuk mendukung peningkatan kinerja usaha pada seseorang dipengaruhi oleh beberapa karakter individual yang memiliki peran penting terhadap kesuksesan kinerja suatu entitas bisnis seperti usaha (Hisrich, Peters, and Shepherd 2017). Karakter wirausaha memiliki peran penting dalam membentuk sikap mental seseorang, daya inovasi, kreatifitas, keberanian, ketekunan, semangat kerja keras, daya juang yang bersinergi dengan pengetahuan keterampilan dan kewaspadaan menentukan keberhasilan usaha (Soearsono, 1988). Pengusaha yang

memiliki karakter wirausaha dapat menghadapi permasalahan dan hambatan yang dihadapinya. (Suryana 2014) mengungkapkan bahwa karakter wirausaha memiliki motif berprestasi. Seorang wirausaha (*entrepreneur*) adalah seseorang yang kreatif dan inovatif, berani mengambil risiko melalui pemanfaatan kesempatan usaha yang potensial dan mensinergikan aset-aset dan kapabilitas sehingga aset dan kapabilitas tersebut dapat dikapitalisasikan (Zimmerer 2008).

Penelitian yang dilakukan (Dhamayantie and Fauzan 2017), menunjukkan bahwa karakter kewirausahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kompetensi kewirausahaan maupun kinerja usaha. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari dkk. (2016), dengan menggunakan model persamaan struktural (SEM) diketahui bahwa karakter kewirausahaan berpengaruh secara nyata dan positif terhadap Kompetensi kewirausahaan maupun kinerja usaha. Kompetensi merupakan karakter mendasar seseorang yang menentukan hasil kerja yang terbaik dan efektif sesuai dengan kriteria yang ditentukan dalam suatu pekerjaan atau situasi tertentu dan juga diartikan sebagai sebuah kontinu antara pengetahuan, kemampuan, keterampilan, dan keahlian dengan karakter dasar seseorang seperti motif, nilai, sikap, dan konsep diri yang akan mendorong kinerja (Spencer, 1993).

Kompetensi kewirausahaan yang dimiliki wirausaha berpengaruh sangat besar dan signifikan dalam meningkatkan kinerja

UMKM (Mitchelmore & Rowley, 2013). Kompetensi kewirausahaan memiliki hubungan langsung dan tidak langsung terhadap peningkatan kinerja (Sarwoko dkk., 2013).

Secara umum wirausaha memperluas karakter, seperti tingginya kebutuhan yang dipenuhi, keinginan untuk mengambil risiko yang moderat, percaya diri yang kuat, dan kemauan berbisnis. Ada 4 karakter wira-usaha menurut Justin et al (2001:10) yaitu: 1) Kebutuhan akan keberhasilan, 2) Keinginan untuk mengambil risiko, 3) Percaya diri, dan 4) Keinginan kuat untuk berbisnis. Menurut Slamet (2014:3) Hasil survey menunjukkan bahwa wirausaha memiliki sejumlah karakter, antara lain: 1) Memiliki hasrat untuk mengambil tanggung jawab; 2) Mengambil risiko menengah; 3) Percaya diri; 4) Berhasrat untuk mengetahui umpan balik secepatnya, rasa penasaran dari hasil setiap keputusan yang diambilnya ingin cepat diketahui, sehingga jika wirausaha salah mengambil keputusan, maka dengan cepat dapat diperbaiki; 5) Energik; 6) Berorientasi pada masa depan; 7) Keterampilan berorganisasi; dan 8) Menilai prestasi lebih tinggi daripada uang.

Motivasi kewirausahaan juga dapat mempengaruhi kinerja usaha seseorang, berdasarkan teori motivasi prestasi oleh David McClelland. Hal tersebut berdasarkan teori yang dikemukakan dalam (Winarno 2011) dan (Hisrich, Peters, and Shepherd 2017). Motivasi berprestasi dalam teori David McClelland diklasifikasikan berdasarkan akibat suatu kegiatan berupa prestasi yang dicapai, termasuk dalam

bekerja. Kebutuhan berprestasi merupakan motivasi dalam pelaksanaan pekerjaan berdasarkan penelitian (Mulyadi 2010). Motivasi berprestasi salah satu faktor pendorong untuk mencapai sebuah keberhasilan dalam berkompetisi dengan seperangkat standar prestasi (Winarno 2011). Mereka memiliki keinginan yang kuat untuk umpan balik pada prestasi mereka. Orang-orang seperti mencoba untuk mendapatkan kepuasan dalam melakukan hal-hal yang lebih baik. Prestasi yang tinggi secara langsung berkaitan dengan kinerja tinggi. Hubungan Kompetensi kewirausahaan dan motivasi kewirausahaan dengan kinerja usaha dijelaskan dalam (Winarno 2011) mengenai Pengembangan Sikap Entrepreneurship dan Intrapreneurship, (Julita SE 2013) Pengaruh Motivasi, Knowledge of Entrepreneurship dan Independensi terhadap The Entrepreneur's Performance dan (Muslikah, Haryono, and Harini 2018) yang menyatakan bahwa kewirausahaan dianggap memiliki pengaruh yang dominan terhadap kinerja usaha. Hal ini didukung juga oleh (Al-Ansari, Pervan, and Xu 2013) yang menyatakan perusahaan kecil yang ingin berkembang harus memiliki semangat kewirausahaan; di samping (Carraher et al., 2010).

Menurut (Moorhead and R.W 1999) motivasi adalah seperangkat kekuatan yang menyebabkan seseorang untuk terlibat dalam satu perilaku dibanding beberapa perilaku alternatif lainnya. Motivasi merupakan keinginan untuk melakukan sesuatu dan dikondisikan oleh kemampuan untuk memuaskan sejumlah kebutuhan

individu. Pembuktian peran Motivasi Berwirausaha dalam menunjang Kinerja Usaha UMKM telah dilakukan oleh (Aramand 2013).

Faktor lain yang memengaruhi kinerja bisnis wirausaha adalah motivasi/dorongan. Entrepreneurial motivation atau motivasi berwirausaha adalah dorongan atau kekuatan dalam diri individu untuk mempertahankan semangat kewirausahaan di semua tindakannya (Krishna, 2013). Individu dengan motivasi kewirausahaan tinggi menjadi lebih mungkin untuk menjadi pengusaha (Solesvik 2013). Motivasi merupakan salah satu elemen kunci dalam keberhasilan usaha kecil karena motivasi memberikan dampak bagi kinerja bisnis (Thesman 2014). Individu yang memiliki motivasi yang tinggi dalam menjalankan usahanya akan mencapai kinerja yang lebih maksimal dalam bisnis. Menurut (Fahmi 2013) kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategi organisasi, kepuasan konsumen dan pada akhirnya akan memberikan kontribusi ekonomi.

Dalam konteks kewirausahaan, (Syah and Saino 2024) mengemukakan bahwa motivasi dapat dikatakan sebagai keseluruhan elemen daya penggerak dalam diri yang menimbulkan semangat terhadap penciptaan suatu kegiatan dengan melihat peluang yang ada disekitar, bertindak berani dalam mengambil resiko, melakukan kegiatan yang inovatif serta memiliki orientasi terhadap laba. Sedangkan menurut (Dhamayantie and Fauzan 2017) dalam berwirausaha termasuk motivasi yang bertujuan untuk

mencapai tujuan kewirausahaan, seperti tujuan yang mencakup implementasi dan penggunaan peluang bisnis.

Menurut (Syah and Saino 2024), motivasi dalam konteks kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai keseluruhan komponen daya penggerak internal yang menimbulkan kegairahan untuk menciptakan suatu kegiatan dengan cara mengamati peluang yang ada di sekitar, bertindak berani dalam mengambil risiko, terlibat dalam kegiatan yang inovatif, dan memiliki pola pikir yang berorientasi pada keuntungan. Sedangkan (Dhamayantie and Fauzan 2017) mendefinisikan kewirausahaan sebagai dorongan untuk mencapai tujuan sendiri, termasuk memanfaatkan dan mempraktikkan prospek komersial.

Motivasi didefinisikan sebagai kombinasi dari faktor-faktor yang menyebabkan seseorang memilih satu perilaku dibandingkan sejumlah perilaku lain yang memungkinkan (Moorhead and R.W 1999). Motivasi adalah keinginan untuk bertindak dan tergantung pada kapasitas seseorang untuk memenuhi persyaratan pribadi tertentu. Penelitian telah menunjukkan kontribusi motivasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis UMKM (Aramand 2013).

Karena motifnya, para pelaku bisnis merasa berkewajiban untuk mengembangkan perusahaan mereka dengan berbagai cara. Alasan yang melatarbelakangi manajemen bisnis setiap orang berbeda-beda. Diantaranya adalah hipotesis ERG, yang dikemukakan oleh (B. Uno 2007) dan menyatakan bahwa dorongan atau keinginan

untuk diperhatikan, kebutuhan untuk bersosialisasi, dan keinginan untuk berkembang merupakan sumber motivasi bisnis. Motivasi adalah dorongan dari dalam diri untuk melaksanakan suatu tugas atau mengoperasikan bisnis untuk memastikan penyelesaiannya dengan sukses.

Hal ini penting karena orang akan bereaksi positif terhadap produk yang diciptakan dengan baik. Mempertahankan keunggulan kompetitif membutuhkan inovasi. Bisnis dengan tingkat inovasi yang tinggi akan mampu mengenali perubahan di lingkungan mereka dan mengembangkan keterampilan baru yang sesuai. Inovasi, menurut (Thompson and Arthur 2005), adalah hasil dari konsep, prosedur, atau barang baru yang diterima dan digunakan.

Kemampuan organisasi untuk berinovasi merupakan faktor penting dalam menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Melalui inovasi, organisasi akan dapat merespons tantangan, dapat bertahan, dan lebih mudah berkembang (Carmeli and Gittell 2009). Terkait hal itu, perilaku inovatif karyawan menjadi hal penting yang memengaruhi keberlanjutan organisasi karena dapat memunculkan ide-ide baru yang sesuai dengan tuntutan zaman. Perilaku inovatif individu di sebuah organisasi akan meningkat jika didukung oleh kepemimpinan yang efektif. Hal itu sesuai pendapat (de Jong and den Hartog 2010) bahwa salah satu faktor yang dianggap berpengaruh terhadap perilaku inovatif adalah kepemimpinan. Kepemimpinan transformasional dianggap sebagai model

kepemimpinan yang baik untuk meningkatkan perilaku inovatif (de Jong and den Hartog 2010) karena dianggap mampu mengikat nilai-nilai pribadi pengikutnya dan mendorong mereka untuk melakukan sesuatu melebihi timbal balik pada umumnya guna mewujudkan kinerja yang diharapkan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ayranci and Semercioz 2011) menunjukkan adanya hubungan positif antara kepemimpinan dengan perilaku inovatif.

Meskipun pentingnya ketiga faktor tersebut telah diakui secara luas dalam literatur bisnis, belum ada kajian yang memperhatikan hubungan antara Kompetensi SDM, karakter entrepreneur, motivasi berwirausaha, dan kinerja UMKM melalui perilaku inovasi sebagai variabel intervening. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menguji hubungan antara Kompetensi SDM, karakter entrepreneur, dan motivasi berwirausaha terhadap kinerja UMKM dengan mempertimbangkan peran perilaku inovasi sebagai mediator.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PERILAKU INOVASI SEBAGAI MEDIATOR DALAM PENINGKATAN KINERJA UMKM”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah penelitian dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah pengaruh Kompetensi sumberdaya manusia terhadap perilaku inovasi.
2. Apakah pengaruh karakter Entrepreneur terhadap perilaku inovasi
3. Apakah pengaruh Motivasi berwirausaha terhadap perilaku inovasi
4. Apakah pengaruh Kompetensi sumberdaya manusia terhadap kinerja UMKM.
5. Apakah pengaruh Karakter entrepreneur terhadap kinerja UMKM.
6. Apakah Pengaruh Motivasi berwirausaha terhadap Kinerja UMKM.
7. Apakah pengaruh perilaku inovasi terhadap kinerja UMKM.
8. Apakah pengaruh Kompetensi sumberdaya manusia melalui perilaku inovasi sebagai variabel mediasi terhadap kinerja UMKM.
9. Apakah pengaruh karakter Entrepreneur melalui perilaku inovasi sebagai variabel mediasi terhadap kinerja UMKM.
10. Apakah pengaruh motivasi berwirausaha melalui perilaku inovasi sebagai variabel mediasi terhadap kinerja UMKM.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh Kompetensi sumberdaya manusia terhadap perilaku inovasi.

2. Untuk menganalisis pengaruh karakter *entrepreneur* terhadap perilaku inovasi.
3. Untuk menganalisis pengaruh motivasi berwirausaha terhadap perilaku inovasi.
4. Untuk menganalisis pengaruh Kompetensi sumberdaya manusia terhadap kinerja umkm.
5. Untuk menganalisis pengaruh karakter *entrepreneur* terhadap kinerja umkm.
6. Untuk menganalisis pengaruh motivasi berwirausaha manusia terhadap kinerja umkm.
7. Untuk menganalisis pengaruh perilaku inovasi terhadap kinerja umkm.
8. Untuk menganalisis dampak mediasi perilaku inovasi terhadap Kompetensi sumberdaya manusia.
9. Untuk menganalisis dampak mediasi perilaku inovasi terhadap karakter *entrepreneur*.
10. Untuk menganalisis dampak mediasi perilaku inovasi terhadap motivasi berwirausaha.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi penlit.

Penelitian ini dapat memberikan informasi baru atau ilmu baru tentang Analisis Perilaku Inovasi Sebagai Mediator Dalam Peningkatan Kinerja UMKM .

2. Manfaat bagi peneliti selanjutnya.

Penelitian ini diharapkan dapat di jadikan rujukan atau literatur untuk menulis penelitian terutama dalam bidang sumberdaya manusia , umkm, perilaku inovasi, karakter *entrepreneur* dan motivasi berwirausaha.

3. Manfaat Bagi Obyek yang di teliti.

Hasil penelitian diharapkan bisa dijadikan rujukan atau acuan untuk melaksanakan sebuah usaha kecil atau menengah (UMKM) bahkan bisa juga dijadikan barang pertimbangan untuk memperluas bidang usaha atau bisnis yang sedang dijalankan oleh UMKM.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan jenis penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh peneliti lain untuk memperkuat teori-teori yang ada sebagai literatur dan perspektif penelitian selanjutnya. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Pengaruh Kompetensi, karakter *entrepreneur* dan motivasi berwirausaha melalui perilaku inovasi terhadap kinerja UMKM Kota Malang.

Arnold Jayendra,dkk (2023) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan, budaya organisasi dan karakter individu terhadap perilaku inovasi. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pegawai Sekretariat Daerah Kota Dumai sebanyak 127 orang pegawai. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 127 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, dengan menggunakan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya organisasi berpengaruh terhadap perilaku inovasi karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa budaya organisasi sangat penting dalam menentukan perilaku inovasi. Semakin baik budaya organisasi, maka semakin tinggi pula perilaku

inovasi. Kepemimpinan berpengaruh terhadap perilaku inovasi karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa kepemimpinan dapat menentukan tingkat perilaku inovasi karyawan. Semakin baik kepemimpinan maka perilaku inovasi akan semakin meningkat. Karakter individu berpengaruh terhadap perilaku inovasi karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa karakter individu sangat penting dalam menentukan perilaku inovasi. Semakin tinggi karakter individu yang diperoleh karyawan maka perilaku inovasi akan meningkat. Kepemimpinan, budaya organisasi dan karakter individu berpengaruh terhadap perilaku inovasi. Hal ini menunjukkan bahwa kepemimpinan, budaya organisasi dan karakter individu dapat menentukan tingkat perilaku inovasi karyawan.

Dwi Prayoga,dkk (2023), Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengaruh karakter wirausaha, Kompetensi sumber daya manusia terhadap motivasi keberhasilan dengan perilaku inovasi sebagai variabel intervening pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kuliner di Kabupaten Pematang. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM kuliner di Kabupaten Pematang dan sampel yang diambil sebanyak sembilan puluh depan responden. Teknik sampling digunakan adalah simple random sampling dan teknik analisis menggunakan analisis jalur. Hasil peneilitian menunjukkan bahwa perilaku inovatif dapat memediasi variabel karakter wirausaha terhadap motivasi keberhasilan, perilaku inovatif dapat memediasi

variabel Kompetensi sumber daya manusia terhadap motivasi keberhasilan.

Prayoga Ivan & Nurlaily (2022), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh efikasi diri dan karakter individu terhadap keberhasilan usaha melalui perilaku inovatif sebagai variabel intervening pada wanita pengusaha di Pusat Grosir Surabaya (PGS). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data yang dikumpulkan dari wanita pengusaha di PGS sebagai penelitian dan teknik pengambilan sampel menggunakan Lemeshow karena jumlah populasi yang tidak diketahui sehingga diperoleh 100 responden. Selain itu, metode penelitian menggunakan program software smartPLS 3.0. Penelitian ini menyimpulkan bahwa secara langsung efikasi diri berpengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha wanita, karakter individu berpengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha wanita, efikasi diri berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku inovatif, karakter individu berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku inovatif, dan perilaku inovatif berpengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha wanita, efikasi diri dan karakter individu berpengaruh secara tidak langsung terhadap keberhasilan usaha wanita. keberhasilan bisnis wanita melalui inovasi sebagai variabel intervening di Pusat Grosir Surabaya.

(Mukoffi and Asa'adi 2021), Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakter wirausaha, modal ventura, dan

kecanggihan teknologi terhadap kinerja UMKM. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Jumlah responden yang menjadi sampel penelitian sebanyak 302 pemilik UMKM di Kabupaten Pasuruan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa karakter wirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM, begitu juga dengan modal usaha yang berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja. Sedangkan kecanggihan teknologi menunjukkan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Huri Mustofa Nur,dkk (2021), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah karakter pelaku usaha akan mempengaruhi perkembangan UMKM. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan 2 persamaan dalam analisis regresi linier berganda, berikut persamaannya: Pertama, regresi variabel karakter wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM. Kedua, regresi variabel karakter wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran dan inovasi terhadap perkembangan UMKM. Penelitian ini diolah dengan menggunakan data primer. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.738 pelaku usaha. Sedangkan teknik pengambilan atau pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner (angket) yang diberikan kepada pelaku UKM di Kabupaten Semarang. Sampel penelitian ini diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan systematic random sampling yang dapat digunakan

untuk populasi yang homogen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakter wirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan UMKM, modal usaha tidak berpengaruh terhadap perkembangan UMKM, strategi pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan UMKM, dan inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan UMKM. Sedangkan hasil analisis jalur menunjukkan bahwa inovasi memediasi karakter wirausaha dan strategi pemasaran dengan perkembangan UMKM, namun inovasi tidak memediasi modal usaha dengan perkembangan UMKM.

(Megracia 2021), Di era sekarang seperti yang terlihat pelaku usaha di Indonesia sebagian besar didominasi oleh UMKM. Tantangan yang tinggi bagi wirausaha UMKM adalah mereka dituntut kapasitasnya untuk mampu membuat rencana kedepan, berinovasi juga kemauan mengambil risiko, akan memudahkan berkembang dan bertumbuh dengan sukses. Hal ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakter dan motivasi entrepreneur terhadap kinerja bisnis. Responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 130 sampel, dengan menggunakan teknik accidental sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui google form. Teknik analisis data menggunakan SEM dengan bantuan software WarpPLS 7.0. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh karakter dan motivasi entrepreneur berpengaruh terhadap kinerja bisnis baik secara simultan dan parsial. Kendala yang dialami oleh

wirausahawan online shop adalah kemampuan melakukan inovasi atau dalam hal kreativitas, dan keberanian dalam menanggung risiko.

(Dhamayantie and Fauzan 2017), Karakter dan Kompetensi kewirausahaan merupakan dua faktor penting yang diperlukan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk menghadapi tantangan lingkungan dalam dunia bisnis yang dinamis dan mencapai kinerja bisnis tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh karakter kewirausahaan dan Kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM. Penelitian dilakukan pada UMKM di Kabupaten Kubu Raya. Sampel penelitian sebanyak 184 UMKM yang ditentukan melalui metode purposive sampling. Data dikumpulkan melalui survei dengan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data menggunakan model persamaan struktural dengan pendekatan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakter kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Kompetensi kewirausahaan, namun karakter kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM dan Kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian juga mengindikasikan bahwa Kompetensi kewirausahaan memediasi penuh hubungan antara karakter kewirausahaan dan kinerja UMKM.

Made Wirastika Ni,dkk (2016), Pengusaha adalah inovator dan pendorong pembangunan. Pengusaha berperan penting dalam meningkatkan pertumbuhan nasional. UMKM gula aren juga menyerap banyak tenaga kerja. Penelitian ini bertujuan untuk

menganalisis pengaruh karakter wirausaha terhadap kinerja bisnis UMKM gula aren di Kabupaten Lombok Barat. Dalam penelitian ini, karakter wirausaha terdiri dari karakter individu dan psikologis; sedangkan Kompetensi wirausaha terdiri dari keterampilan manajerial, keterampilan konseptual, keterampilan sosial, keterampilan pengambilan keputusan, dan keterampilan manajemen waktu; dan akhirnya, indikator kinerja bisnis terdiri dari laba dan volume penjualan. Penelitian ini menggunakan 120 sampel data UMKM gula aren yang dikumpulkan melalui propotional cluster sampling di Kabupaten Lombok Barat dari bulan Juni 2015 hingga Agustus 2015. Data dianalisis dengan analisis SEM dengan perangkat lunak LISREL 8.30. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakter individu dan psikologis wirausaha secara signifikan dan positif mempengaruhi kinerja bisnis. Namun, karakter ini juga secara signifikan dan negatif mempengaruhi Kompetensi kewirausahaan, yang mengurangi dampak positif dalam kinerja bisnis.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 *Grand Theory Planned Behaviour (TPB)*

Konsep *Theory of Planned Behavior* (TPB) dapat digunakan untuk menilai dan mengukur karakter atau kinerja seseorang untuk menjadi perilaku UMKM yang baik. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku timbul karena adanya niat yang melandasi perilaku tersebut (A. Iskandar and Saragih 2018). Karakter inilah yang merupakan awal terbentuknya perilaku

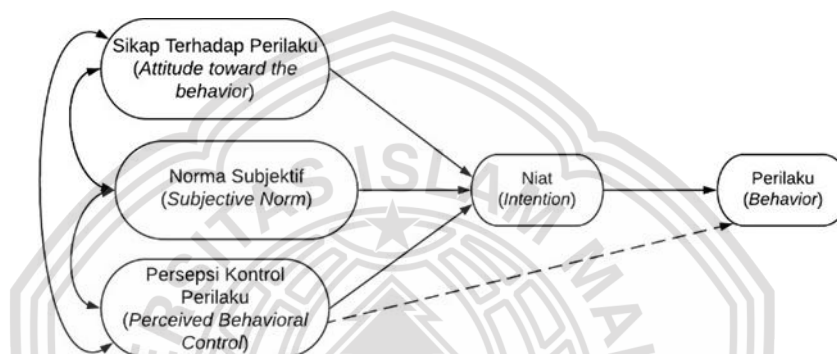
seseorang. Theory of planned behavior cocok digunakan untuk mendeskripsikan perilaku apapun yang memerlukan perencanaan (Liu, Liu, and Mo 2020). Theory of Planned Behavior (TPB) menjadi teori yang salah satunya digunakan untuk mengukur bagaimana karakter itu muncul sehingga melahirkan perilaku UMKM.

Penelitian ini didasarkan pada teori perilaku terencana atau yang biasa disebut dengan Theory of Planned Behavior (TPB). Teori ini merupakan hasil pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA) oleh Icek Ajzen menjadi Theory of Planned Behavior (TPB) pada tahun 1985 melalui sebuah artikelnya yang berjudul "*From intentions to actions: A Theory of planned behavior*" (Ajzen 1985). TPB ditujukan untuk memprediksi perilaku individu secara spesifik.

Dalam dunia psikologi, teori perilaku yang direncanakan merupakan suatu teori terkait hubungan antara keyakinan dan perilaku. Teori inilah yang menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi pengendalian perilaku, bersama-sama membentuk niat perilaku individu (Dung et al. 2023). Faktor utama dalam teori perilaku terencana berasal dari niat individu untuk melakukan perilaku tertentu. Diasumsikan bahwa niat berfungsi untuk menangkap faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku. Maka, semakin kuat niat yang dimiliki,

semakin besar pula kinerja yang dihasilkan (Meng and Choi 2019).

Dalam proses pengembangan TRA menjadi TPB, (Ajzen 1991) menambahkan satu faktor yang menjadi pengaruh dari faktor niat, yaitu persepsi terhadap pengendalian (perceived behavioral control). Oleh karena itu, Theory of Planned Behavior digambarkan dengan model diagram struktural sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Theory of Planned Behavior

Berdasarkan gambar tersebut, terdapat tiga faktor yang mempengaruhi niat konseptual yang independen yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Faktor yang pertama adalah sikap terhadap perilaku yang mengacu pada sejauh mana individu tersebut memiliki penilaian yang baik atau sebaliknya berdasarkan perilaku yang bersangkutan. Oleh karena itu, setiap individu cenderung akan berperilaku jika mendapatkan penilaian yang baik atas perilaku yang dilakukannya, sehingga ia berpikir akan mendapatkan dampak yang positif untuk dirinya maupun orang lain.

Faktor yang kedua merupakan faktor sosial yang disebut norma subjektif. Faktor tersebut merujuk pada adanya tekanan sosial yang didapatkan oleh individu tersebut sehingga menjadi penentu untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Norma subjektif bersifat positif ketika individu mendapatkan dukungan dari lingkungannya untuk berperilaku, begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu, respon dari pihak lain dapat menjadi faktor pendukung atau penghambat setiap individu dalam melakukan suatu perilaku.

Faktor yang ketiga adalah persepsi terhadap pengendalian yang dapat dilakukan (*perceived behavioral control*). Faktor ini mengacu pada kemudahan dan kesulitan yang dirasakan dalam melakukan perilaku. Tujuan ditambahkannya faktor ini merupakan upaya dalam memahami keterbatasan yang dimiliki individu dalam melakukan perilaku tertentu, dilakukan atau tidak dilakukannya suatu perilaku tidak ditentukan dari sikap dan norma subjektif saja melainkan ada pengaruh persepsi individu terhadap kontrol yang bersumber dari keyakinan terhadap kontrol tersebut (*control beliefs*). Maka, semakin menguntungkan sikap dan norma subjektif terkait perilaku, semakin besar pula kontrol perilaku yang dirasakan, dan semakin kuat pula niat individu untuk melakukan perilaku yang dipertimbangkan. Namun, kontrol perilaku juga dapat mempengaruhi secara

langsung niat individu untuk melakukan suatu perilaku serta mempengaruhi perilaku individu tersebut (Ajzen 1991).

Theory of Planned Behavior penting untuk menganalisis penelitian ini karena digunakan untuk memodelkan niat berperilaku UMKM yang dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif dan kontrol berperilaku yang dipersepsikan. Tiga faktor penentu yaitu menentukan timbulnya kehendak untuk berperilaku: a. Keyakinan berperilaku (behavioral belief), yaitu keyakinan individu tentang hasil perilaku dan evaluasi terhadap hasil tersebut (beliefs strength and outcome evaluation). b. Keyakinan normatif, yaitu keyakinan tentang harapan normatif orang lain dan motivasi untuk memenuhi harapan tersebut (normative beliefs and grounds to comply). c. Keyakinan kontrol, yaitu keyakinan tentang adanya hal-hal yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan ditampilkan (control beliefs) dan persepsi tentang seberapa kuat hal-hal yang mendukung dan menghambat perilaku tersebut (perceived power). Hambatan yang mungkin muncul saat perilaku ditampilkan dapat berasal dari dalam diri sendiri maupun lingkungan.

Penelitian ini menjadikan TPB sebagai teori dasar karena adanya peran yang terkait dengan hubungan antara variabel penelitian. Komponen yang dimiliki dalam TPB memiliki pengaruh terhadap perilaku inovasi, dimana perilaku inovasi juga berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Kompetensi sumber daya

manusia juga dapat digambarkan sebagai konsep pengendalian individu tentang kinerja, hal tersebut mempengaruhi perilaku inovasi. Karakter entrepreneur dapat digambarkan oleh perilaku entrepreneur terhadap kinerja terkait adanya penilaian yang baik atau sebaliknya berdasarkan perilaku yang bersangkutan. Sedangkan motivasi berwirausaha dapat digambarkan sebagai niat atau intention dalam berperilaku karena motivasi berwirausaha sama dengan niat yang artinya merupakan keinginan untuk melakukan perilaku.

2.2.2 Kompetensi Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia adalah bagian dari manajemen. Oleh karena itu, teori-teori manajemen umum menjadi dasar pembahasan mengenai pengaturan peranan manusia dalam mewujudkan tujuan yang optimal. Pengaturan ini masalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, pengadaan, pengembangan, kompensasi/insentif, pengintegrasian, pemeliharaan, kedisiplinan dan pemberhentian tenaga kerja. Untuk membantu terwujudnya tujuan organisasi, maka perlu sumber daya manusia yang baik.

Agar mendapatkan sumber daya manusia yang baik dibutuhkan kemampuan manajemen yang baik, kemampuan dalam mencari individu-individu yang dapat membantu terwujudnya tujuan organisasi serta kemampuan dalam mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan

efisien. Manajemen Sumber Daya Manusia merupakan suatu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, pemberian balas jasa, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pemisahan tenaga kerja dalam rangka mencapai tujuan organisasi Mangkunegara (2017 : 2). Sumber daya manusia dalam suatu organisasi dituntut untuk memiliki kemampuan dan menghadapi segala tantangan yang didapatkan selama kegiatan-kegiatan dalam pekerjaannya, sehingga dapat menunjukkan kinerja yang dimilikinya. Semua tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi tidak dapat tercapai apabila tidak ada unsur manusia sebagai penggerak jalannya organisasi.

Keberhasilan suatu organisasi tidak hanya dipengaruhi oleh sumber daya manusia saja, tetapi juga Kompetensi sumber daya manusia yang dimilikinya. Kompetensi Sumber Daya Manusia adalah kemampuan dan karakter yang dimiliki seseorang berupa pengetahuan, keterampilan, dan sikap perilaku yang diperlukan dalam pelaksanaan tugas jabatannya dalam lingkungan pekerjaannya. Menurut (Srikanth 2020) Tingkat Kompetensi dibutuhkan agar dapat mengetahui Tingkat kinerja yang diharapkan untuk kategori baik atau rata-rata. Penentu ambang Kompetensi yang dibutuhkan tentunya akan dapat dijadikan dasar bagi proses seleksi, suksesi, suksesi perencanaan, evaluasi kinerja, dan pengembangan Sumber Daya Manusia.

Memiliki SDM adalah keharusan bagi perusahaan. Mengelola SDM berdasarkan Kompetensi diyakini bisa lebih menjamin keberhasilan mencapai tujuan. Sebagian besar perusahaan memakai Kompetensi sebagai dasar dalam memilih orang, mengelola kinerja, pelatihan dan pengembangan serta pemberian kompensasi. Menurut (Yong and Mohd-Yusoff 2016) Kompetensi sumber daya manusia ialah kemampuan seseorang atau individu, sebuah organisasi (kelembagaan), dan suatu sistem untuk menjalankan fungsinya atau kewenangannya untuk mencapai tujuan yang efektif dan efisien. Kompetensi sumber daya manusia adalah Kompetensi yang berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, kemampuan dan karakter kepribadian yang berpengaruh secara langsung terhadap kinerjanya (Lubis et al. 2022). Kompetensi sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang berpengaruh pada kinerja UMKM. Hal ini dikarenakan sebuah unit usaha ditentukan oleh bagaimana individu-individu yang terlibat didalamnya mengelola usaha tersebut (Wahyudiati and Isroah 2018).

Kompetensi didefinisikan sebagai kemampuan untuk melakukan peran pekerjaan sesuai dengan standar yang ditetapkan dengan mengacu pada lingkungan kerja. Untuk menunjukkan Kompetensi sesuai peranannya, seorang pelaku UMKM harus memiliki (a) pengetahuan profesional yang

diperlukan, (b) keterampilan profesional, dan (c) nilai, etika, dan sikap profesional. Beberapa aspek yang terkandung dalam Kompetensi mencakup : pengetahuan (*knowledge*), pemahaman (*understanding*), kemampuan (*skill*), nilai (*value*), sikap (*attitude*), minat (*interest*).

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Kompetensi yaitu sifat dasar seseorang yang dapat diprediksi pada berbagai keadaan dan tugas pekerjaan sebagai dorongan untuk mempunyai prestasi dan keinginan berusaha agar melaksanakan tugas dengan efektif. Seseorang yang berkinerja baik dan kurang baik dapat diukur dari kriteria atau standar yang digunakan, ketidak sesuaian dalam Kompetensi yang dapat membedakan seorang unggul dari yang berprestasi terbatas. Kompetensi terbatas dan Kompetensi istimewa untuk suatu pekerjaan tertentu merupakan pola atau pedoman dalam pemilihan karyawan (*personal selection*), perencanaan pengalihan tugas (*succession planning*), penilaian kerja (*performance appraisal*) dan pengembangan (*development*).

A. Macam – Macam Kompetensi Sumber Daya Manusia

Michael Zwell sebagaimana dikutip oleh Wibowo (2013) memberikan lima macam Kompetensi, yang terdiri dari:

1. *Task achievement* merupakan kategori Kompetensi yang berhubungan dengan kinerja baik. Kompetensi yang berkaitan dengan Task achievement ditunjukkan

oleh:orientasi pada hasil, mengelola kinerja, mempengaruhi inisiatif, efisiensi produksi, fleksibilitas, inovasi, peduli pada kualitas, perbaikan berkelanjutan, dan keahlian teknis.

2. *Relationship* merupakan kategori Kompetensi yang berhubungan dengan komunikasi dan bekerja baik dengan orang lain dan memuaskan kebutuhannya. Kompetensi yang berhubungan dengan Relationship meliputi kerjasama, orientasi pada pelayanan, kepedulian antar pribadi, kecerdasan organisasional, membangun hubungan, penyelesaian konflik, perhatian pada komunikasi dan sensitivitas lintas budaya.
3. *Personal attribute* merupakan Kompetensi intrinsik individu dan menghubungkan bagaimana orang berfikir, merasa, belajar, dan berkembang. Personal attribute merupakan Kompetensi yang meliputi: integritas dan kejujuran, pengembangan diri, ketegasan, kualitas keputusan, manajemen stress, berpikir analitis, dan berpikir konseptual.
4. *Managerial* merupakan Kompetensi yang secara spesifik berkaitan dengan pengelolaan, pengawasan dan mengembangkan orang. Kompetensi manajerial berupa: memotivasi, memberdayakan, dan mengembangkan orang lain.

5. *Leadership* merupakan Kompetensi yang berhubungan dengan memimpin organisasi dan orang untuk mencapai maksud, visi, dan tujuan organisasi. Kompetensi berkenaan dengan *leadership* meliputi: kepemimpinan visioner, berpikir strategis, orientasi kewirausahaan, manajemen perubahan, membangun komitmen organisasional, membangun focus dan maksud, dasar-dasar, dan nilai-nilai.

B. Faktor – faktor yang mempengaruhi.

Menurut (Abdullah and Mansor 2018) faktor-faktor tersebut adalah:

1. Keyakinan dan nilai-nilai.

Faktor keyakinan dan nilai-nilai memainkan peran penting dalam membentuk Kompetensi sumber daya manusia (SDM) di dalam suatu organisasi. Keyakinan merujuk pada sikap, pandangan, atau keyakinan fundamental yang dimiliki oleh individu terhadap diri mereka sendiri, pekerjaan, dan lingkungan sekitar. Nilai-nilai, sementara itu, adalah prinsip-prinsip atau kepercayaan yang dianggap penting dan dipegang teguh oleh individu. Dalam konteks SDM, keyakinan dan nilai-nilai dapat mencakup keterkaitan dengan etika kerja, dedikasi terhadap tugas, tanggung jawab sosial, dan pandangan tentang keadilan organisasional.

2. Ketrampilan.

Ketrampilan sumber daya manusia (SDM) merupakan salah satu komponen kunci yang membentuk Kompetensi individu di dalam suatu organisasi. Ketrampilan ini mencakup berbagai aspek, seperti ketrampilan teknis, ketrampilan interpersonal, dan ketrampilan kepemimpinan. Ketrampilan teknis mencakup pengetahuan dan keahlian spesifik terkait dengan pekerjaan atau fungsi tertentu yang dilakukan oleh karyawan. Penguasaan teknologi, pemahaman terhadap proses bisnis, dan kemampuan untuk menggunakan alat atau perangkat kerja tertentu adalah contoh dari ketrampilan ini.

Di samping itu, ketrampilan interpersonal sangat penting dalam membangun hubungan kerja yang baik dan efektif. Kemampuan berkomunikasi dengan baik, bekerja dalam tim, dan menangani konflik adalah contoh ketrampilan interpersonal yang vital. Ketrampilan kepemimpinan juga memegang peran penting, terutama bagi mereka yang mengemban peran manajemen atau kepemimpinan dalam organisasi.

Pentingnya ketrampilan dalam konteks SDM terletak pada kemampuan individu untuk berkontribusi secara efektif terhadap tujuan organisasi. Organisasi yang memiliki karyawan dengan ketrampilan yang sesuai dapat

meningkatkan efisiensi operasional, merespons perubahan pasar dengan lebih baik, dan mencapai tingkat produktivitas yang lebih tinggi. Oleh karena itu, pengembangan ketrampilan menjadi fokus utama dalam strategi manajemen sumber daya manusia, termasuk melalui pelatihan dan pengembangan berkelanjutan.

Dengan memastikan karyawan memiliki ketrampilan yang diperlukan untuk mengatasi tuntutan pekerjaan dan memenuhi kebutuhan organisasi, perusahaan dapat memastikan adanya fondasi yang kuat untuk keberhasilan jangka panjang.

3. Pengalaman.

Bagi manajemen sumber daya manusia, penilaian dan pengakuan terhadap pengalaman menjadi kunci dalam pengembangan karyawan. Program pengembangan karir, pelatihan lanjutan, dan peluang rotasi pekerjaan dapat membantu memperkaya pengalaman karyawan, meningkatkan keterampilan mereka, dan memajukan kemajuan karir mereka. Pengelolaan pengalaman dengan baik juga dapat meningkatkan retensi karyawan, karena karyawan yang merasa diberdayakan untuk terus tumbuh dan berkembang cenderung lebih setia terhadap organisasi mereka. Dengan memahami dan memanfaatkan potensi pengalaman karyawan, organisasi dapat membentuk

kekuatan kerja yang terampil, adaptif, dan siap menghadapi tantangan yang kompleks dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

4. Karakter kepribadian.

Karakter kepribadian merupakan faktor yang penting dalam membentuk dan memengaruhi Kompetensi sumber daya manusia (SDM) di dalam sebuah organisasi. Kepribadian mencakup berbagai aspek unik individu, seperti tingkat ekstroversi, keterbukaan, ketangguhan emosional, responsibilitas, kejujuran, dan kepemimpinan. Karakter ini memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana seorang individu berinteraksi dengan rekan kerja, mengelola stres, dan memberikan kontribusi positif terhadap tim dan organisasi.

5. Motivasi.

Motivasi merupakan faktor sentral dalam membentuk Kompetensi sumber daya manusia (SDM) di dalam sebuah organisasi. Motivasi merujuk pada kekuatan internal yang mendorong individu untuk bertindak, bekerja keras, dan mencapai tujuan mereka. Faktor motivasi yang tinggi pada karyawan dapat meningkatkan produktivitas, kreativitas, dan kepuasan kerja. Motivasi juga berkaitan erat dengan kemauan untuk belajar, beradaptasi dengan perubahan,

dan memberikan kontribusi maksimal terhadap kesuksesan organisasi.

6. Emosional.

Faktor emosional menjadi unsur penting dalam membentuk Kompetensi sumber daya manusia (SDM) di konteks organisasi. Kecerdasan Emosional (EQ) adalah kemampuan untuk mengenali, memahami, mengelola, dan menggunakan emosi secara efektif, baik dalam diri sendiri maupun dalam hubungan dengan orang lain. Kemampuan ini mencakup empat dimensi utama, yaitu kesadaran emosional, pemahaman emosional, pengelolaan emosional, dan keterampilan antarpribadi.

7. Intelektual.

Faktor intelektual menjadi elemen kunci dalam membentuk Kompetensi sumber daya manusia (SDM) di dalam suatu organisasi. Kecerdasan intelektual, atau yang sering disebut sebagai IQ (Intelligence Quotient), mencakup kemampuan kognitif seperti pemahaman verbal, pemecahan masalah, dan kemampuan belajar yang cepat. Individu dengan kecerdasan intelektual yang tinggi cenderung mampu memahami konsep-konsep kompleks, mengambil keputusan yang tepat, dan menanggapi tantangan pekerjaan dengan efektif.

8. Budaya organisasi.

Faktor budaya organisasi memainkan peran krusial dalam pengembangan Kompetensi sumber daya manusia (SDM) suatu perusahaan. Budaya organisasi mencakup nilai-nilai, norma, dan perilaku yang diterapkan dan diinternalisasi oleh anggota organisasi. Dalam konteks Kompetensi SDM, budaya organisasi dapat menjadi pendorong utama dalam membentuk sikap, motivasi, dan keterampilan karyawan. Misalnya, jika suatu organisasi mendorong inovasi dan kolaborasi, maka karyawan cenderung memiliki Kompetensi dalam hal berpikir kreatif, beradaptasi dengan perubahan, dan bekerja sama tim. Sebaliknya, budaya yang menekankan hierarki dan kontrol mungkin menciptakan Kompetensi dalam hal kedisiplinan dan pematuhan terhadap prosedur. Oleh karena itu, pemahaman dan pengelolaan faktor budaya organisasi menjadi kunci dalam mengoptimalkan potensi SDM, seiring dengan pembentukan Kompetensi yang sesuai dengan nilai dan visi perusahaan. Dengan menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan Kompetensi yang diinginkan, organisasi dapat memastikan bahwa SDM mereka selaras dengan tujuan strategis dan memainkan peran yang efektif dalam pencapaian keberhasilan jangka panjang.

C. Indikator Kompetensi Sumber Daya Manusia

Menurut pendapat Matutina 2016) mengatakan bahwa indikator Kompetensi sumber daya manusia meliputi:

1. Pengetahuan (Knowledge) yaitu kemampuan yang dimiliki karyawan yang lebih berorientasi pada intelegensi dan daya fikir serta penguasaan ilmu yang luas yang dimiliki karyawan.
2. Keterampilan (Skill) yaitu kemampuan dan penguasaan teknis operasional dibidang tertentu yang dimiliki karyawan.
3. Kemampuan (Abilities) yaitu kemampuan yang terbentuk dari sejumlah Kompetensi yang dimiliki seorang karyawan yang mencakup loyalitas, kedisiplinan, kerja sama dan tanggung jawab.

2.2.2 Karakter *Entrepreneur*

Karakter adalah suatu kualitas positif yang dimiliki oleh seseorang, sehingga membuatnya menarik, reputasi seseorang dan seseorang yang memiliki kepribadian yang ekstremitik atau bisa disebut dengan ciri-ciri yang dimiliki seseorang (Iskandar and Saragih 2018). Karakter wirausaha merupakan ilmu yang mengkaji kemampuan serta perilaku seseorang untuk menghadapi tantangan yang ada dalam hidup / usaha (Lanivich, Lyons, and Wheeler 2021). Jika ingin berhasil usaha yang di miliki para pemilik usaha harus memiliki sifat karakter wirausaha.

Menurut (Santamaria-Alvarez, Sarmiento-González, and Arango-Vieira 2019) mengatakan bahwa karakter tersebut meliputi dua elemen penting yaitu karakter demografi (umur dan jenis kelamin), serta latar belakang individu (pendidikan dan pengalaman kerja sebelumnya). Dua elemen tersebut memiliki pengaruh terhadap niat dan upaya pemilik usaha. Karakter wirausaha meliputi kemampuan yang dimiliki pemilik usaha dalam memulai, mengelola, dan mengembangkan usaha yang dimilikinya. Dengan berani mengambil resiko, bertanggung jawab, menuju masa depan yang lebih maju, inovatif dan kreatif (Y. Iskandar, Zulbainarni, and Jahroh 2020). Karakter wirausaha sangat perlu dimiliki oleh pemilik usaha dalam mengelola dan mengembangkan usahanya, dengan karakter wirausaha pemilik usaha lebih siap menghadapi masalah usaha yang akan dihadapi nantinya.

Secara umum karakter wirausaha menggambarkan suatu keunikan secara personal maupun psikologis seseorang terdiri atas dimensi, nilai sikap dan kebutuhannya. Yang dimaksud karakter wirausaha yaitu salah satu kunci utama dalam memaksimalkan efisiensi dalam menggunakan faktor-faktor untuk mengembangkan Kinerja UMKM ekonomi, dimana terdapat adanya kemungkinan bahwa UMKM memiliki nilai positif yang lebih dalam pola pikirnya, membentuk kesensitifan

terhadap pasar dan dapat menciptakan daya pikir yang kreatif (Rizky, Kusumadewi, and Saefulloh 2022).

Karakter wirausahawan yang paling sering digunakan adalah penjabaran dari sifat-sifat Big Five (Antončić and Antončić 2022), termasuk ekstrasversi, ketelitian, keterbukaan, kesetujuan, dan neurotisme. Sifat-sifat Big Five berhubungan dengan kewirausahaan yang menggambarkan sifat-sifat tersebut sebagai berikut. Keterbukaan menggambarkan keluasan, kedalaman, dan kompleksitas dari sikap mental individu. *Conscientiousness* menggambarkan kontrol impuls yang memfasilitasi perilaku yang berorientasi pada tujuan. *Extraversion* menggambarkan seberapa energik seorang individu mendekati dunia sosial dan material, sedangkan *Agreeableness* menggambarkan orientasi prososial terhadap orang lain. *Neuroticism* menggambarkan stabilitas emosi negatif seseorang.

Menurut (Suryana, 2017) mengatakan bahwa karakter kewirausahaan yang dimiliki pewirausaha dapat dilihat dari berbagai aspek seperti kepribadian diri, watak yang dimiliki, penjiwaan, serta sikap maupun perilaku dari seorang individu. Karakter wirausaha merupakan kebutuhan akan keberhasilan, setiap orang berbeda dalam tingkat kebutuhannya (Justin, 2001). Orang yang memiliki tingkat kebutuhan keberhasilan yang rendah akan merasa puas pada status yang dimiliki, sedangkan orang dengan tingkat kebutuhan

keberhasilan yang tinggi senang bersaing dengan standar keunggulan dan memilih untuk bertanggung jawab secara pribadi atas tugas yang diberikan padanya. Menurut (Soeryanto Soegoto, 2009) karakter seorang wirausaha pada umumnya dapat dilihat pada saat berkomunikasi dalam rangka mengumumkan informasi maupun pada waktu menjalankan usaha dan menjalin hubungan dengan para relasi bisnis.

Berdasarkan definisi dari beberapa ahli diatas disimpulkanlah bahwa karakter kewirausahaan merupakan watak, sikap, serta jiwa seseorang wirausaha secara individual yang harus dimiliki seorang wirausaha agar dapat menjalankan dan mengelola usahanya dengan baik. Karakter wirausaha mencerminkan keunikan personal dan psikologis seseorang yang menjadi kunci utama dalam memaksimalkan efisiensi dalam pengembangan Kinerja UMKM ekonomi, terutama dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Karakter wirausaha merupakan kombinasi dari sifat-sifat individu dan kebutuhan akan keberhasilan yang memungkinkan seseorang untuk sukses dalam menjalankan dan mengelola usahanya.

A. Jenis Jenis Karakter *Entrepreneur*.

Menurut Chamduang, dkk (2012) mengemukakan bahwa karakter kewirausahaan memiliki peran penting dalam menghasilkan keberhasilan usaha bisnis pada UKM. Karakter kewirausahaan meliputi karakter demografik, karakter individu,

sifat personal, orientasi kewirausahaan, dan kesiapan kewirausahaan.

1. Karakter demografi.

Karakter demografik seorang wirausaha biasanya dikaitkan dengan usia, jenis kelamin dan pengalaman dari pelaku usaha. Beberapa penelitian menjelaskan bahwa usia 25 sampai 45 tahun adalah usia yang menunjukkan seseorang paling aktif dalam berwirausaha (Miftakhuljannah, dkk, 2016). Begitu juga orang yang memiliki pengalaman sebelumnya dalam berwirausaha akan memiliki minat yang lebih besar dalam mengembangkan usaha dibanding orang yang belum pernah memiliki pengalaman wirausaha (Islam, Khan, Obaidulloh, 2011; Riyanti, 2003; Sapar, 2006; Dirlanudin, 2010; Kellermans, 2008).

2. Karakter individu

Karakter Individu. Menurut Chamduang dkk (2012) dalam penelitiannya karakter individu meliputi faktor umur, pendidikan, pengetahuan manajerial, pengalaman industri, dan kemampuan sosial dari pelaku usaha pemilik/manajer. Pendidikan kewirausahaan menghasilkan individu yang memiliki usaha mandiri. Karakter personal terkait dengan karakter sifat, dan kepribadian kepribadian dari pelaku

usaha. Termasuk dalam karakter personal adalah motivasi, percaya diri, keuletan, kepemimpinan, dan sifat lainnya yang terkait dengan pribadi dari pelaku usaha,

3. Orientasi kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan adalah dorongan pribadi yang terkait dengan usaha menjalankan sebuah usaha. Pelaku usaha yang memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi biasanya akan memiliki semangat yang tinggi dalam menangkap peluang usaha dan berusaha keras agar usahanya survive serta lebih maju dibandingkan dengan usaha pesaingnya. Mahrouq (2010), menjelaskan bahwa konsep orientasi berwirausaha berisi lima dimensi, yaitu otonomi, inovativitas, pengambilan resiko, proaktivitas, dan agresivitas kompetitif.

B. Faktor faktor yang mempengaruhi.

Wirausahawan sukses menurut Purwana & Wibowo (2017: 36) diantaranya sebagai berikut;

1. Selalu ramah terhadap semua pihak
2. Berpenampilan menyenangkan
3. Dapat memuji pihak lain
4. Berkomunikasi dengan baik pada semua pihak
5. Mempunyai kemampuan dalam kepemimpinan (internal dan eksternal).

6. Menjalankan fungsi-fungsi manajemen
7. Berjiwa besar dan berjiwa wirausaha

C. Indikator Karakter *Entrepreneur*

Menurut Rusdiana (2014). indikator karakter wirausaha terdiri dari lima kategori yaitu :

1. Percaya diri

Merupakan suatu panduan sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas atau pekerjaan. Kepercayaan diri merupakan landasan yang kuat untuk meningkatkan karsa dan rasa seseorang. Orang yang percaya diri memiliki kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan sistematis, berencana, efektif, dan efisien. Seperti percaya diri dalam menentukan sesuatu, percaya diri dalam menjalankan sesuatu, percaya diri bahwa kita dapat mengatasi berbagai resiko yang di hadapi merupakan faktor yang mendasar yang harus di miliki oleh wirausaha. Seseorang yang memiliki jiwa wirausaha merasa yakin bahwa apa-apa yang diperbuatnya akan berhasil walaupun akan menghadapi berbagai rintangan. Tidak selalu dihantui rasa takut akan kegagalan sehingga membuat dirinya optimis untuk terus maju.

2. Berorientasi pada tugas dan hasil.

Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil adalah orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, berorientasi pada keberhasilan, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik, dan berinisiatif. Berinisiatif artinya selalu ingin mencari dan memulai. Dalam kewirausahaan, peluang hanya diperoleh apabila terdapat inisiatif. Perilaku inisiatif ini biasanya diperoleh melalui pelatihan dan pengalaman selama bertahun-tahun, dan pengembangannya diperoleh dengan cara disiplin diri, berpikir kritis, tanggap dan semangat berprestasi.

3. Kepemimpinan.

Sifat kepemimpinan memang ada dalam diri masing-masing individu dan sifat tersebut juga harus melekat pada diri wirausahawan. Wirausahawan adalah seseorang yang akan memimpin jalannya sebuah usaha, wirausahawan harus bisa memimpin pekerjaannya karena kepemimpinan merupakan faktor kunci menjadi wirausahawan sukses.

4. Berani mengambil resiko.

Kemauan dan kemampuan untuk menghadapi risiko merupakan salah satu nilai utama dalam kewirausahaan.

Seoran wirausahawan yang tidak mau menghadapi risiko akan sukar memulai atau berinisiatif.

5. Kreativitas dan Inovasi

Kreativitas adalah kemampuan untuk berpikir yang baru dan berbeda, sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk bertindak yang baru dan berbeda. Sifat orsinil ini tentu tidak selalu ada pada diri seseorang. Yang dimaksud orsinil disini ialah ia tidak mengikuti pada orang lain, tetapi memiliki pendapat sendiri, ada ide yang orsinil, ada kemampuan untuk melaksanakan sesuatu

2.2.3 Motivasi Berwirausaha

Motivasi merupakan kondisi atau energi yang menggerakkan diri karyawan yang terarah atau tertuju untuk mencapai tujuan organisasi Mangkunegara (2017:61). Motivasi juga diartikan sebagai suatu kondisi yang menggerakkan manusia ke arah suatu tujuan tertentu. Teori motivasi McClelland menjelaskan bahwa individu dimotivasi oleh keinginan akan kekuasaan (*power*), pencapaian (*achievement*) dan afiliasi (*affiliation*) dimana para individu akan memiliki kombinasi akan ketiga motivasi tersebut dan menunjukkan satu motivasi yang paling tinggi dibandingkan dengan kedua motivasi lainnya. Teori motivasi McClelland ini tidak hanya digunakan dalam dunia akademis, namun juga dalam dunia bisnis dengan membuat dan ikut membantu

beberapa program pelatihan pada perusahaan dengan tujuan meningkatkan kinerja individu (Mc Clelland (1988) dalam Johnson et al. (2018).

Motivasi berwirausaha adalah suatu dorongan yang muncul dari dalam diri maupun dari luar diri seseorang untuk melakukan kegiatan usaha. Dengan dorongan yang muncul tersebut, maka individu tersebut akan mampu menentukan usaha apa yang akan digelutinya sekaligus dapat menentukan tujuan dan harapan masa depan. Motivasi berwirausaha yang tinggi harus dimiliki oleh setiap orang yang ingin menjadi wirausaha yang sukses, karena motivasi berwirausaha yang tinggi akan bisa membentuk pola pikir dan mental mereka untuk selalu berusaha menjadi unggul dalam setiap usahanya.

Dalam Alquran terdapat hal-hal yang menjelaskan tentang *entrepreneurship* atau wirausaha yang dapat dijadikan dasar dalam memotivasi umat Islam untuk melakukan *entrepreneurship* atau wirausaha. Sebagaimana perintah Allah Swt untuk menyeimbangkan urusan dunia dan akhirat yang tertuang dalam Alquran surat al-Qashash ayat 77:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain)

sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”

Dalam ayat ini menjelaskan pada penjelasan beberapa tafsir yang menyimpulkan bahwa untuk tidak melupakan bagian dari usaha dunia, maka dengan ayat itulah secara kontekstual Allah Swt memerintahkan untuk giat bekerja, bekerja keras untuk mencari kekayaan di dunia namun tidak semata hanya untuk menimbun kekayaan yang diperoleh itu, akan tetapi tujuannya adalah untuk mencari keridhaan Allah sebagai bekal untuk kehidupan akhirat kelak.

Sebagaimana dikemukakan oleh (Alifia and Dwiridho 2019) motivasi berwirausaha merupakan “dorongan psikologis yang muncul dari dalam maupun luar individu untuk melakukan sesuatu secara mandiri”. Dengan dorongan yang muncul tersebut, maka individu tersebut akan mampu menentukan usaha apa yang akan digelutinya sekaligus dapat menentukan tujuan dan harapan masa depan. Motivasi berwirausaha merupakan keseluruhan daya penggerak di dalam diri seorang entrepreneur yang menimbulkan kegiatan entrepreneur yang menjamin kelangsungan dari kegiatan entrepreneur dan yang memberi arah pada kegiatan entrepreneur tersebut sehingga tujuan yang dikehendaki dapat tercapai (Malebana 2021). Motivasi berwirausaha adalah daya penggerak dalam diri

seseorang untuk melakukan aktivitas berwirausaha demi mencapai tujuan wirausaha (Farhangmehr, Gonçalves, and Sarmiento 2016). Menurut (Yunal 2013) motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi. Entrepreneurial Motivation atau motivasi berwirausaha melibatkan motivasi yang diarahkan pada tujuan kewirausahaan (tujuan yang melibatkan kesadaran dan eksploitasi peluang bisnis) (Lingappa, LR, and Shetty 2023). *Entrepreneurial Motivation* juga bisa diartikan sebagai rangsangan intrinsik yang mendorong kemampuan individu untuk mencapai hasil yang diinginkan. Para peneliti psikologi manusia berpendapat bahwa individu yang termotivasi bertujuan untuk mempelajari ide-ide baru dan mengeksplorasi peluang tersembunyi di pasar, terlepas dari upaya mereka yang sangat besar tidak dapat melibatkan individu dalam kegiatan pembelajaran kewirausahaan yang tidak termotivasi atau tidak mau meluncurkan bisnis lokal (Singh, Sood, and Sharma 2023). Selain itu, individu yang termotivasi dan cukup berani mengambil risiko dalam membangun bisnis semacam itu membutuhkan pengetahuan dan platform pembelajaran untuk meningkatkan keterampilan kewirausahaan

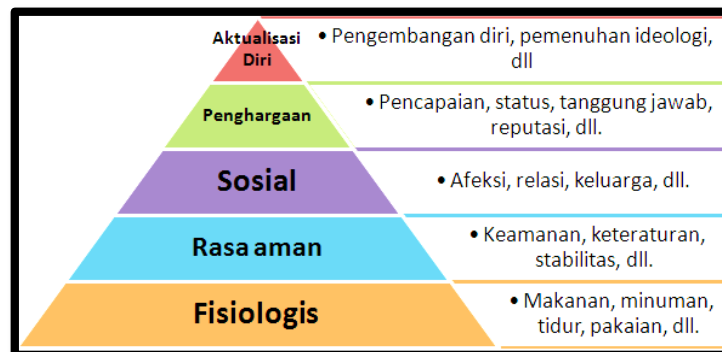
Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan wirausaha, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi, serta berorientasi laba dan keuntungan.

A. Teori – Teori Motivasi

Teori motivasi terbagi menjadi kelompok sebagai berikut:

1. Teori Hierarki Kebutuhan

Maslow dalam Sedarmayanti (2017) yang terkenal dengan teori jenjang kebutuhan mengungkapkan kebutuhan manusia dapat dikategorikan dalam Lima jenjang dari yang paling rendah hingga jenjang yang paling tinggi. Hierarki kebutuhan menurut Maslow digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Teori Hierarki kebutuhan Maslow

Sumber: Sedarmayanti (2017)

Teori kebutuhan Maslow ini dalam Sedarmayanti (2017:155) mengidentifikasi secara umum terdapat Lima jenis kebutuhan yang dapat memotivasi seseorang berdasarkan kepentingannya, yaitu sebagai berikut:

1. Kebutuhan Fisiologis

Kebutuhan yang paling mendasar berkaitan langsung dengan keberadaan/kelangsungan hidup manusia.

2. Kebutuhan Rasa Aman

Paling mudah disimak adalah keinginan manusia untuk bebas dari bahaya yang paling mengancam kehidupannya.

3. Kebutuhan Sosial

Manusia adalah makhluk sosial sehingga suka bahkan butuh berhubungan dengan orang lain dan menjadi bagian dari yang lain.

4. Kebutuhan Penghargaan

Melalui berbagai upaya, orang ingin dirinya dipandang penting. Hal ini merupakan salah satu contoh dari kebutuhan penghargaan ini.

5. Kebutuhan Aktualisasi

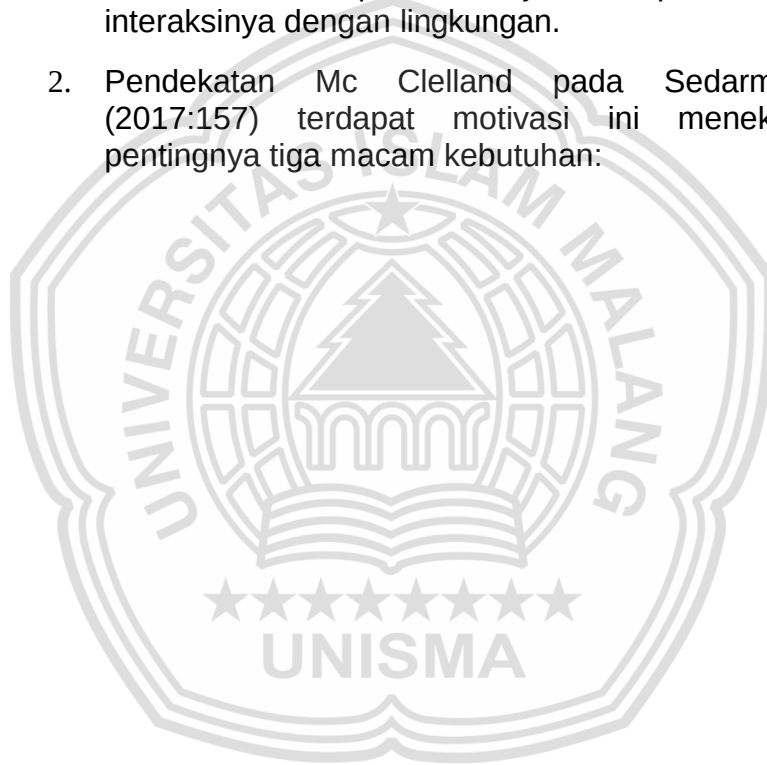
Aktualisasi diri merupakan kebutuhan manusia yang paling tinggi dalam hierarki, tetapi juga paling kurang dipahami orang.

2. Teori ERG (*Existence, Relatedness, Growth*)

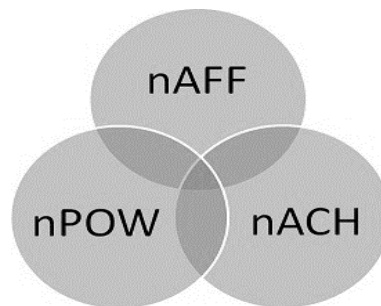
Menurut Clayton P. (2011 : 377), teori ini mengungkapkan sebuah modifikasi atas teori Maslow. Berdasarkan teori ERG ini terdapat 3 kategori kebutuhan, yaitu:

- a.) Kebutuhan Kehidupan (*Existence Needs*) yaitu kebutuhan dasar akan kebahagiaan lahir, seperti kebutuhan psikologi dan keamanan.
- b.) Kebutuhan Hubungan (*Related Needs*) yaitu kebutuhan akan hasrat hubungan yang baik dengan orang lain, seperti kebutuhan sosial dan status. Misal karyawan memelihara hubungan antarpribadi dengan karyawan.

- c.) Kebutuhan Pertumbuhan (*Growth Needs*) yaitu kebutuhan yang berfokus pada pengembangan potensi manusia dan keinginan untuk pertumbuhan pribadi dan peningkatan Kompetensi. Kebutuhan akan penghargaan dan aktualisasi diri termasuk dalam kelompok ini.
3. Teori kebutuhan (*Mc Clelland*)
1. Teori ini disebut *Achievement Theory* (Teori Prestasi) Apabila teori Maslow menekankan pada teori jenjang kebutuhan yang sudah ada dalam diri seseorang sejak ia lahir, maka David Mc Clelland dalam teorinya menekankan bahwa kebutuhan seseorang terbentuk melalui proses belajar dan diperoleh dalam interaksinya dengan lingkungan.
 2. Pendekatan Mc Clelland pada Sedarmayanti (2017:157) terdapat motivasi ini menekankan pentingnya tiga macam kebutuhan:



Gambar 2. 3 Teori Kebutuhan McClelland



Sumber: Sedarmayanti, 2017

a. *Need for Achievement* (nAch)

Kebutuhan akan prestasi: keinginan untuk melakukan sesuatu dengan lebih baik/lebih efisien, menyelesaikan masalah/menguasai tugas sulit.

b. *Need for Power* (nPow)

Kebutuhan akan kekuasaan: keinginan untuk mengawasi/mengendalikan orang lain, mempengaruhi perilaku mereka atau bertanggung jawab atas orang lain.

c. *Need for Affiliation* (nAff)

Kebutuhan akan afiliasi: keinginan untuk membangun dan memelihara hubungan bersahabat dan hangat dengan orang lain.

Menurut McClelland, orang mengembangkan ketiga macam kebutuhan dari waktu ke waktu sebagai hasil dari pengalaman hidup pribadinya masing-masing.

4. Teori Dua Faktor (Frederick Herzberg)

Menurut Frederick Herzberg dalam Sedarmayanti

(2017:157) ada dua penjelasan sebagai berikut:

1) Frederick Herzberg mengembangkan Teori Dua Faktor:

- a. Faktor Higienis adalah faktor yang dapat menyebabkan/mencegah ketidakpuasan. Faktor ini terdiri atas faktor ekstrinsik dari pekerjaan. Faktor tersebut adalah supervise teknik, hubungan antar pribadi, gaji, kondisi kerja, status, kebijakan.
- b. Faktor Motivasi, yaitu faktor yang membawa pada pengembangan sikap positif dan merupakan

pendorong pribadi, dengan kata lain bersifat intrinsik. Faktor tersebut: tanggung jawab, prestasi, kemajuan, pekerjaan itu sendiri, penghargaan, kesempatan berkembang.

2) Salah satu yang menarik teori ini adalah dalih yang dikemukakan Herzberg dalam Sedarmayanti (2017) bahwa kepuasan dan ketidakpuasan bukan merupakan dua hal yang berada dalam satu kontinum. Kontribusi utama Herzberg adalah meningkatkan kepekaan pimpinan organisasi terhadap fakta bahwa memperlakukan anggota organisasi secara baik semata belum cukup untuk memotivasi mereka.

5. Teori Harapan

Pencetus teori Harapan adalah Vroom dalam Sedarmayanti (2017) mengungkapkan upaya kerja yang dilakukan dalam lingkungan kerjanya. Jadi, teori ini melandaskan diri pada logika bahwa: “orang akan melakukan apa yang mampu dilakukan apabila ia mau untuk melakukan.” Dalam Sedarmayanti (2017 : 159) menerapkan Teori Harapan, pemimpin wajib memahami tiga hal:

1. *Expectancy* (Harapan)

Paham seseorang bahwa dengan bekerja ia akan dapat mencapai berbagai tingkatan kerja.

2. *Intrumentality* (Intrumentalitas)

Paham seseorang bahwa hasil kerja akan timbul sebagai akibat dari pelaksanaan tugas.

3. *Valence* (Valensi)

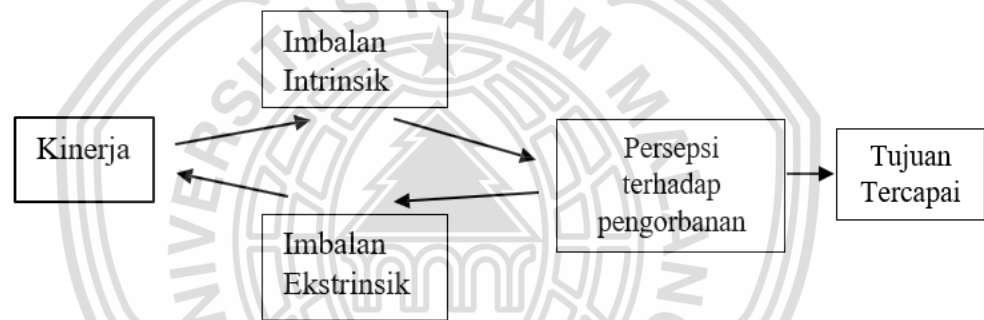
Nilai yang diberikan seseorang terhadap hasil kerja

Teroi ini dinyatakan dalam rumus:

$$M = E \times I \times V$$

Dalam rumus tersebut bahwa untuk memperoleh motivasi kerja yang tinggi, pemimpin dituntut aktif melakukan sesuatu demi memaksimalkan ketiga kelompok.

Gambar 2. 4 Model Teori Harapan



Sumber: Sedarmayanti, 2017

Implikasi Nyata Model Teori Harapan:

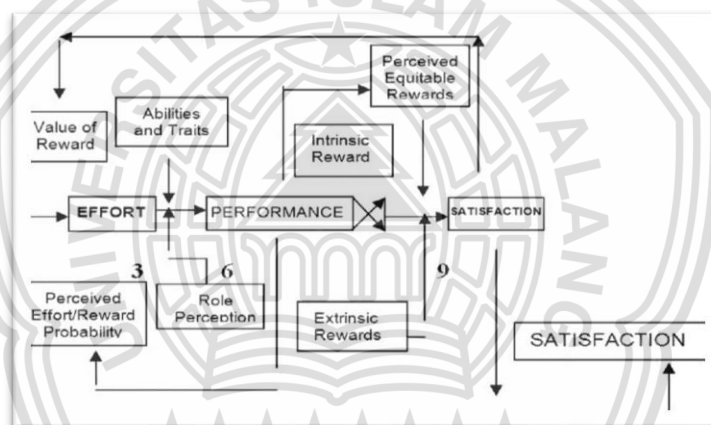
- Menentukan imbalan yang dinilai setiap pegawai. Jika imbalan menjadi motivator, maka akan sesuai untuk individu yang terlibat. Pimpinan dapat menentukan imbalan apa yang diinginkan pegawainya dengan reaksinya dalam situasi berbeda dan menanyakan imbalan yang mereka inginkan.
- Menentukan kinerja yang diinginkan. Identitas tingkat kinerja/perilaku yang diinginkan sehingga dapat memberitahu pekerjaan yang harus dilakukan agar mereka diberi imbalan.
- Mengaitkan imbalan dengan kinerja. Untuk mempertahankan motivasi, imbalan layak harus jelas dikaitkan dengan kinerja dalam waktu singkat.
- Menganalisis faktor yang mengurangi efektivitas imbalan Perbedaan antara rencanan imbalan dan pengaruh lain dalam lingkungan kerja, memungkinkan

- dilakukan penyesuaian dalam sistem imbalan.
- e. Memastikan imbalan mencukupi
Imbalan kecil akan menjadi motivator kecil pula.

6. Model Porter & Lawler

Model yang dicetuskan (Lawler and Porter) merupakan pengembangan dari Teori Harapan atau Ekspetasi; mereka berhasil menyajikan teori motivasi yang komprehensif dengan mengombinasikan berbagai aspek, Model Porter & Lawler seperti berikut:

Gambar 2. 5 Model Porter & Lawler



Sumber: Sedarmayanti (2017)

Uraian singkat

1. Tingkat daya tarik/*valensi* dari ganjaran yang akan diperoleh.
2. Persepsi terhadap kemungkinan suatu usaha mencapai tingkat *performance* menuju ke ganjaran.
3. Upaya yang dilakukan.
4. *Performance* atau unjuk kerja yang dicapai.
5. Kemampuan yang meliputi pengetahuan keterampilan kapasitas intelektual, serta sifat yang meliputi keuletan, ketabahan dan kemantapan.
6. Cara seseorang memandang pekerjaannya sesuai dengan yang digariskan organisasi.
7. Ganjaran intrinsik mencakup perasaan riang, bangga,

dan *sense of competence*.

8. Ganjaran Ekstrinsik diberikan oleh pihak lain dalam lingkungan kerja baik, dalam bentuk uang ataupun penghargaan/pujian.
9. Kepuasan diperoleh dari dua macam ganjaran.
10. Persepsi terhadap keadilan atas ganjaran yang diterima.

7. Teory X and Theory Y

Menurut Mc Gregor dalam Sedarmayanti (2017 : 163-164) merumuskan asumsi dan perilaku manusia dalam organisasi:

- 1) Teori X (negatif) merumuskan asumsi:
 - a. Pegawai sebenarnya tidak suka bekerja dan jika ada kesempatan dia akan menghadiri/malas bekerja.
 - b. Semenjak pegawai tidak suka pekerjaannya, mereka harus diatur dan dikontrol, mungkin ditakuti untuk menerima sanksi hukum jika tidak bekerja sungguh-sungguh.
 - c. Pegawai akan menghindari tanggung jawabnya dan mencari tujuan formal sebisa mungkin.
 - d. Kebanyakan pegawai menempatkan keamanan di atas faktor lain yang berhubungan erat dengan sedikit Ambisi.
- 2) Teori Y (Positif) memiliki asumsi:
 - a. Pegawai memandang pekerjaan sebagai sesuatu yang wajar, Lumrah, dan alamiah baik tempat bermain atau beristirahat dalam arti berdiskusi/sekedar teman bicara.
 - b. Manusia akan Melatih tujuan pribadi dan mengontrol diri sendiri jika mereka melakukan komitmen sangat objektif.
 - c. Kemampuan melakukan keputusan cerdas dan inovatif tersebar meluas di berbagai kalangan dan tidak hanya dari kalangan *top management* / dewan direksi.

B. Faktor-Faktor Motivasi Berwirausaha

Ciri-ciri wirausaha yang berhasil (Kasmir, 27 – 28) ada 8 yaitu :

1. Memiliki visi dan tujuan yang jelas. Hal ini berfungsi untuk menebak ke mana langkah dan arah yang dituju sehingga dapat diketahui langkah yang harus dilakukan oleh pengusaha tersebut
2. Inisiatif dan selalu proaktif. Ini merupakan ciri mendasar di mana pengusaha tidak hanya menunggu sesuatu terjadi, tetapi terlebih dahulu memulai dan mencari peluang sebagai pelopor dalam berbagai kegiatan.
3. Berorientasi pada prestasi. Pengusaha yang sukses selalu mengejar prestasi yang lebih baik daripada prestasi sebelumnya. Mutu produk, pelayanan yang diberikan, serta Perilaku Inovasi menjadi perhatian utama. Setiap waktu segala aktifitas usaha yang dijalankan selalu dievaluasi dan harus lebih baik disbanding sebelumnya.
4. Berani mengambil risiko. Hal ini merupakan sifat yang harus dimiliki seorang pengusaha kapanpun dan dimanapun, baik dalam bentuk uang maupun waktu.
5. Kerja keras. Jam kerja pengusaha tidak terbatas pada waktu, di mana ada peluang di situ dia datang. Kadang-kadang seorang pengusaha sulit untuk mengatur waktu kerjanya. Benaknya selalu memikirkan kemajuan usahanya.

Ide-ide baru selalu mendorongnya untuk bekerja keras merealisasikannya. Tidak ada kata sulit dan tidak ada masalah yang tidak dapat diselesaikan.

6. Bertanggungjawab terhadap segala aktifitas yang dijalankannya, baik sekarang maupun yang akan datang. Tanggungjawab seorang pengusaha tidak hanya pada segi material, tetapi juga moral kepada berbagai pihak.
7. Komitmen pada berbagai pihak merupakan ciri yang harus dipegang teguh dan harus ditepati. Komitmen untuk melakukan sesuatu memang merupakan kewajiban untuk segera ditepati dan direalisasikan.
8. Mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan berbagai pihak, baik yang berhubungan langsung dengan usaha yang dijalankan maupun tidak. Hubungan baik yang perlu dijalankan, antara lain kepada : para pelanggan, pemerintah, pemasok, serta masyarakat luas.

C. Jenis dan Sumber Motivasi

Menurut Siregar dan Nara (2011), motivasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Motivasi Intrinsik Motivasi intrinsik adalah motivasi yang berasal dari dalam diri individu tanpa adanya rangsangan dari luar.
2. Motivasi Ekstrinsik Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang berasal dari luar misalnya pemberian hadiah dan faktor-

faktor eksternal lainnya yang memiliki daya dorong motivasional.

D. Indikator Motivasi Berwirausaha

Motivasi merupakan cadangan energi potensial yang dimiliki seseorang untuk dapat digunakan dan dilepaskan yang tergantung pada kekuatan dorongan serta peluang yang ada dimana energi tersebut akan dimanfaatkan oleh karyawan karena adanya kekuatan motif kebutuhan dasar, harapan dan nilai insentif (Mc Clelland dalam Malayu S.P Hasibuan, 2012 : 162). Ada beberapa dimensi dan indikator motivasi yang dipaparkan sebagai berikut :

1. Kebutuhan akan Prestasi

- a. Mengembangkan Kreativitas
- b. Antusias untuk berprestasi tinggi

2. Kebutuhan akan afiliasi

- a. Kebutuhan akan perasaan diterima oleh orang lain di lingkungan dia tinggal dan bekerja (*sense of belonging*)
- b. Kebutuhan akan perasaan dihormati (*sense of importance*)
- c. Kebutuhan akan perasaan maju dan tidak gagal (*sense of achievement*)

d. Kebutuhan akan perasaan ikut serta (*sense of participation*)

3. Kebutuhan akan kekuasaan

a. Memiliki kedudukan yang terbaik

b. Mengerahkan kemampuan demi mencapai kekuasaan.

2.2.4 Perilaku Inovasi

Secara etimologis inovatif adalah usaha seseorang dengan mendayagunakan pemikiran, kemampuan imajinasi, berbagai stimulan, dan individu yang mengelilinginya dalam menghasilkan produk baru, baik bagi dirinya sendiri ataupun lingkungannya. Sedangkan menurut (Li, Li, and Chan 2019) perilaku inovatif atau Innovative Work Behaviour (IWB) adalah perilaku individu yang bertujuan untuk mencapai tahap pengenalan atau berusaha mengenalkan ide-ide, proses, produk atau prosedur yang baru dan berguna di dalam pekerjaan, kelompok atau organisasi. Perilaku kerja inovatif didefinisikan sebagai pembuatan, pengenalan, dan penerapan ide atau gagasan baru dalam pekerjaan, kelompok, atau organisasi untuk meningkatkan kinerja peran individu, kelompok, atau organisasi tersebut (Tung-Ju and Wu 2019).

Perilaku inovatif didefinisikan sebagai sebuah tindakan yang dilakukan untuk menciptakan dan mengambil ide-ide, pemikiran, atau caracara baru untuk di terapkan dalam

pelaksanaan dan penyelesaian pekerjaan (Sudiyani, Sawitri, and Fitriandari 2021). Menurut (Hadi, Putra, and Mardikaningsih 2020) mendefinisikan perilaku kerja inovatif sebagai penciptaan model bisnis, teknik manajemen, strategi dan struktur organisasi diluar dari yang sudah ada. Perilaku inovatif mengacu pada kemampuan untuk menciptakan sebuah ide yang original, menggunakan hasil kerja sebagai sebuah ide yang berpotensi dan menerapkan ide-ide baru kedalam praktek kerja (Stoffers et al. 2020).

Perilaku inovatif merupakan sebagai keseluruhan tindakan individu yang mengarah pada pengenalan dan penerapan dari suatu yang baru dan menguntungkan kepada organisasi. hal ini meliputi pengembangan ide produk baru atau teknologi-teknologi serta perubahan dalam prosedur administrative yang bertujuan untuk meningkatkan relasi kerja atau penerapan dari ide dan gagasan untuk proses kerja secara signifikan meningkatkan efisiensi dan efektivitas mereka (Shih and Susanto 2011).

Perilaku inovasi dapat didefinisikan sebagai serangkaian tindakan, keputusan, dan sikap yang ditunjukkan oleh individu atau organisasi dalam rangka menciptakan, mengadopsi, dan menerapkan ide-ide baru atau perubahan yang signifikan dalam konteks produk, layanan, proses, atau strategi bisnis. Ini melibatkan kemampuan untuk mengidentifikasi peluang baru, berani mengambil risiko, berkolaborasi dengan pihak lain, serta

belajar dan beradaptasi secara terus-menerus. Perilaku inovasi mencakup proses kreatif, eksplorasi ide, pengujian konsep, dan implementasi solusi yang membawa nilai tambah bagi individu, organisasi, atau masyarakat secara keseluruhan. Menurut (Zheng et al. 2019) perilaku inovatif atau Innovative Work Behaviour (IWB) adalah perilaku individu yang bertujuan untuk mencapai tahap pengenalan atau berusaha mengenalkan ide-ide, proses, produk atau prosedur yang baru dan berguna di dalam pekerjaan, kelompok atau organisasi. Perilaku kerja inovatif didefinisikan sebagai pembuatan, pengenalan, dan penerapan ide atau gagasan baru dalam pekerjaan, kelompok, atau organisasi untuk meningkatkan kinerja peran individu, kelompok, atau organisasi tersebut. Perilaku inovatif juga didefinisikan sebagai sebuah tindakan yang dilakukan untuk menciptakan dan mengambil ide-ide, pemikiran, atau caracara baru untuk di terapkan dalam pelaksanaan dan penyelesaian pekerjaan (Iqbal, Khawaja, and Ahmad 2020). Menurut (Noerchoidah, Ariprowo, and Nurdina 2022) mendefinisikan perilaku kerja inovatif sebagai penciptaan model bisnis, teknik manajemen, strategi dan struktur organisasi diluar dari yang sudah ada. Perilaku inovatif mengacu pada kemampuan untuk menciptakan sebuah ide yang original, menggunakan hasil kerja sebagai sebuah ide yang berpotensi dan menerapkan ide-ide baru kedalam praktek kerja.

Pendapat lain dikemukakan oleh (Manurwan and Sawitri 2018) yang mendefinisikan perilaku inovatif sebagai keseluruhan tindakan individu yang mengarah pada pemunculan, pengenalan dan menguntungkan pada seluruh organisasi. Sesuatu yang baru meliputi pengembangan ide produk baru atau teknologi-teknologi, perubahan dalam prosedur administratif yang bertujuan untuk meningkatkan relasi kerja atau penerapan dari ide-ide baru atau teknologi-teknologi untuk proses kerja yang secara signifikan meningkatkan efisiensi dan efektifitas mereka. Perilaku inovatif karyawan mengacu pada sebuah kemampuan individu untuk menciptakan sebuah ide-ide dan sudut pandang baru, yang diubah menjadi inovasi (Sönmez and Yildirim 2019). Kualitas yang mendasar dari sebuah inovasi yang dilakukan karyawan adalah bagaimana seseorang dapat mencari tahu masalah dalam proses belajar, menghasilkan ide-ide dengan kreatifitas, kemudian mencari dukungan dan pengakuan yang sah, lalu menerapkannya kedalam praktek kerja. Berdasarkan penjelasan beberapa tokoh diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku kerja inovatif adalah tindakan individu yang mampu menciptakan ide-ide baru, produk, pemecahan masalah dan teknologi. Hal yang paling penting dari sebuah perilaku kerja inovatif adalah bagaimana karyawan dapat mencari ide-ide kreatif, kemudian mencari dukungan dan diakhiri dengan penerapan pada praktek kerja.

A. Aspek-Aspek Perilaku Inovatif

Menurut (Janssen 2000) memaparkan tiga dimensi untuk pengukuran perilaku inovatif di tempat kerja yaitu :

1. Menciptakan Ide (*Idea Generation*) Karyawan mampu mengenali masalah yang terjadi dalam organisasi kemudian menciptakan ide atau solusi baru yang berguna pada bidang apapun. Ide atau solusi tersebut dapat bersifat asli maupun dimodifikasi dari produk dan proses kerja yang sudah ada sebelumnya. Contohnya ketika muncul masalah di dalam organisasi, karyawan mampu untuk menemukan ide-ide sebagai pemecahan masalah.
2. Berbagi Ide (*Idea Promotion*) Karyawan berbagi ide atau solusi baru yang telah diciptakan kepada rekan-rekan kerja, sehingga ide tersebut dapat diterima. Selain itu, terjadi pula pengumpulan dukungan agar ide tersebut memiliki kekuatan untuk diimplementasikan dan direalisasikan dalam organisasi. Contohnya ketika karyawan sudah menemukan ide sebagai sebuah pemecahan masalah, maka selanjutnya karyawan berbagi ide tersebut untuk mendapatkan dukungan yang nantinya dapat diterapkan di organisasi.
3. Realisasi Ide (*Idea Realization*) Karyawan memproduksi sebuah prototipe atau model dari ide yang dimiliki menjadi produk dan proses kerja yang nyata agar dapat

diaplikasikan dalam lingkup pekerjaan, kelompok, atau organisasi secara keseluruhan sehingga dapat meningkatkan efisiensi kerja organisasi. Contohnya ketika karyawan sudah mendapatkan dukungan dari rekan kerja untuk ide yang diciptakan, maka selanjutnya penerapan atau aplikasi ide tersebut kedalam sebuah organisasi sebagai sebuah pemecahan masalah.

Berdasarkan komponen perilaku kerja inovatif, dapat disimpulkan bahwa elemen menciptakan ide (menciptakan ide), mempromosikan ide (mempromosikan ide), dan merealisasikan ide adalah dasar dari munculnya perilaku kerja inovatif.

B. Indikator Perilaku Inovasi.

(de Jong and den Hartog 2010)mengemukakan empat dimensi perilaku inovatif sebagai berikut :

1. Melihat Peluang Ide

Melihat peluang bagi pelaku UMKM untuk mengidentifikasi berbagai peluang/kesempatan yang ada. Peluang dapat berawal dari ketidak kongruenan dan diskontinuitas yang terjadi karena adanya ketidaksesuaian dengan pola yang diharapkan misalnya timbulnya masalah pada pola kerja yang sudah berlangsung, adanya

kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi, atau adanya indikasi trends yang sedang berubah.

2. Mengeluarkan Ide

Dalam fase ini, karyawan mengeluarkan konsep baru dengan tujuan untuk perbaikan. Hal ini meliputi mengeluarkan ide sesuatu yang baru atau memperbaharui pelayanan, pertemuan dengan klien dan teknologi pendukung. Kunci dalam mengeluarkan ide adalah mengombinasikan dan mereorganisasikan informasi dan konsep yang telah ada sebelumnya untuk memecahkan masalah dan atau meningkatkan kinerja.

3. Memperjuangkan Ide

Maksudnya disini untuk mengembangkan dan mengimplementasikan ide, pelaku UMKM harus memiliki perilaku yang mengacu pada hasil. Perilaku Inovasi Konvergen meliputi usaha menjadi juara dan bekerja keras. Seorang yang berperilaku juara mengeluarkan seluruh usahanya pada ide kreatif. Usaha menjadi juara meliputi membujuk dan mempengaruhi karyawan dan juga menekan dan bernegosiasi. Untuk mengimplementasikan inovasi sering dibutuhkan koalisi, mendapatkan kekuatan dengan menjual ide kepada rekan yang berpotensi.

4. Aplikasi Ide

Dalam fase ini meliputi perilaku UMKM yang ditujukan untuk membangun, menguji, dan memasarkan pelayanan baru. Hal ini berkaitan dengan membuat inovasi dalam bentuk proses kerja yang baru ataupun dalam proses rutin yang biasa dilakukan.

2.2.5 Kinerja UMKM

Kinerja atau performansi merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Kinerja (Mardiatmi et al. 2023) merupakan sebuah gambaran atau kondisi mengenai pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan atau program dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi. Kinerja yang baik disemua sektor baik keuangan, produksi, distribusi, maupun pemasaran merupakan syarat mutlak bagi UMKM untuk bisa terus hidup. Dengan kinerja yang baik pula bagi UMKM diharapkan akan semakin kokoh jadi tulang punggung perekonomian dan akan semakin berperan penting dalam perekonomian Nasional. UMKM merupakan sebuah identitas yang terus menjadi perhatian dan selalu mendapat prioritas oleh pemerintah.

Menurut (Hasibuan 2012) kinerja merupakan hasil dari kerja yang dicapai individu maupun organisasi saat melaksanakan tugas-tugas yang diberikan padanya berdasarkan atas pengalaman, kecakapan, dan kesungguhan waktu. Sedangkan menurut (Sulistyaningsih and Hanggraeni 2022) kinerja merupakan hasil atau tingkat keberhasilan individu secara keseluruhan dalam periode tertentu saat melaksanakan tugas dibandingkan pada kemungkinan, seperti target, hasil kerja, sasaran atau kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya dan disepakati Bersama. Kinerja UMKM merupakan suatu tampilan keadaan yang utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, adalah hasil maupun prestasi yang dipengaruhi atas kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki.

Menurut (Susanti, Mulyanti, and Wati 2023) “Kinerja UMKM adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang atau organisasi dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman, kesungguhan serta waktu.” Menurut (Aribawa 2016) “Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang di capai oleh seorang individu dan dapat diselesaikan dengan tugas individu tersebut didalam UMKM pada suatu periode tertentu, dan akan dihubungkan dengan ukuran nilai atau standard dari UMKM yang individu bekerja.” Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merujuk pada sektor bisnis yang

meliputi usaha kecil, usaha mikro, dan usaha menengah. Kinerja UMKM merujuk pada kemampuan dan hasil dari kegiatan operasional dan finansial yang dilakukan oleh UMKM.

Menurut (Laras et al. 2023) kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang diraih individu yang menyesuaikan dengan peran atau tugas individu tersebut pada suatu perusahaan dalam periode tertentu, yang dikaitkan dengan sebuah ukuran nilai atau standar tertentu pada perusahaan individu tersebut bekerja. Kinerja UMKM merupakan salah satu sasaran terpenting bagi manajemen keuangan yaitu dengan memaksimalkan kemakuran pemilik selain memaksimumkan nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang diraih secara keseluruhan serta dibandingkan pada hasil kerja, sasaran, target, sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama pada sebuah identitas usaha dengan kriteria aset dan omzet maupun kriteria yang telah ditetapkan didalam undang-undang. *Balanced Scorecard* adalah suatu metode yang digunakan untuk mengukur kinerja dengan mempertimbangkan berbagai aspek baik aspek finansial maupun non-finansial, jangka panjang dan jangka pendek, serta memperhitungkan faktor internal dan eksternal (Mawuntu and Aotama 2022). *Balanced Scorecard* menyediakan berbagai instrumen yang dibutuhkan suatu usaha untuk

mencapai kesuksesan di masa yang akan datang. Dalam *Balanced Scorecard*, tujuan dan strategi diterjemahkan ke dalam suatu rangkaian pengukuran kinerja yang menyeluruh yang dapat menghasilkan informasi yang berguna bagi pengelolaan manajemen. Ada empat perspektif yang diukur dalam metode *Balanced Scorecard* yaitu keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, dan pembelajaran-pertumbuhan. Kinerja yang baik dari perspektif pembelajaran-pertumbuhan diukur dari peningkatan keahlian dan pengetahuan, tingkat komitmen dan motivasi sumber daya manusia yang ada, serta kualitas sarana dan prasarana.

A. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja UMKM

Menurut (Munizu 2010) ada 2 jenis faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM, yaitu faktor internal dan faktor eksternal:

1. Faktor Internal

Faktor internal berperan penting dan menjadi landasan untuk membangun kekuatan dan mengatasi kelemahan organisasi. Faktor internal terdiri dari aspek sumber daya manusia, aspek keuangan, aspek teknis dan operasional, serta aspek pasar dan pemasaran (David 2009). Faktor-faktor internal yang positif dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mencapai misi, sasaran,

dan tujuan. Faktor tersebut mencakup keterampilan maupun pengetahuan, tenaga penjualan yang berpengalaman, citra publik yang positif dan faktor lain. Faktor internal merupakan dasar untuk membangun tujuan dan strategi dalam menciptakan kekuatan dan mengatasi kelemahan organisasi (David 2009). Dimensi faktor internal meliputi:

a) Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah individu yang bekerja dan menjadi anggota suatu perusahaan atau institusi. Sumber daya manusia tidak dapat dilepaskan dari suatu organisasi, sumber daya manusia sangat diperlukan untuk menjalankan dan mengembangkan usaha, tanpa adanya sumber daya manusia, maka usaha tersebut tidak dapat beroperasi atau tidak dapat mencapai tujuannya. Sumber daya manusia juga dapat dikatakan sebagai aset dan berfungsi sebagai modal non material dalam organisasi bisnis, yang dapat menjadi potensi nyata secara fisik dan non fisik guna mewujudkan eksistensi organisasi (Nawawi, 2006).

b) Aspek Keuangan

Aspek keuangan tentu menentukan keberlangsungan usaha. Pengelolaan keuangan harus dilakukan dengan

baik dan benar untuk menjadi modal pembiayaan dan pengembangan usaha, serta pencarian laba dengan maksimal. Aspek keuangan seperti modal dan laba yang dihasilkan oleh UMKM. Aspek keuangan juga terkait dengan proses transfer yang seperti lembaga, pasar, dan belanja modal (Nawawi, 2006). Menurut Suliyanto (2010), analisis aspek keuangan digunakan untuk menjawab pertanyaan bagaimana kesiapan permodalan yang akan digunakan untuk menjalankan bisnis agar menguntungkan. Aspek keuangan dapat dikatakan layak ketika sumber dana untuk membiayai bisnis mampu memberikan tingkat pengembalian yang menguntungkan. Sehingga, guna meningkatkan kinerja UMKM dibutuhkan ketersediaan dana (Pamungkas and Hidayatulloh 2019) Rangkuti (2012) menjelaskan bahwa aspek keuangan dalam usaha memiliki tujuan agar mempelajari hal-hal yang memiliki hubungan pada aliran kas dan sumber dana serta proyeksi keuangan, baik pemasukan maupun pengeluaran yang sering terjadi selama masa produksi dengan operasional.

c) Aspek Teknis dan Operasi

Para pelaku UMKM harus mempertimbangkan aspek teknis dan operasi seperti lokasi, luas produksi, penyusunan peralatan usaha, menentukan teknologi yang

dibutuhkan UMKM, metode persediaan, pemilihan kualitas tenaga kerja. Kasmir dan Jakfar (2003) menyatakan bahwa penilaian aspek teknis dan operasi secara umum ada beberapa hal yang ingin dicapai yaitu (1) agar perusahaan dapat menentukan lokasi secara tepat, baik lokasi pabrik, gudang, cabang, maupun kantor pusat, (2) agar layout yang ditentukan sesuai dengan proses produksi yang dipilih, sehingga dapat lebih efisien, (3) agar dapat menentukan teknologi yang tepat saat menjalankan proses produksi, (4) agar dapat menentukan metode persediaan yang paling baik untuk jalankan yang sesuai dengan bidang usaha, serta (5) agar suatu usaha dapat menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan untuk sekarang maupun di masa yang akan datang. Menurut Sulyanto (2010) beberapa aspek yang perlu di pahami dalam hubungannya pada aspek teknis dan teknologi yaitu, penentuan lokasi bisnis, tata letak bisnis, pemilihan peralatan dan teknologi.

d) Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran mempertimbangkan permintaan konsumen seperti keinginan dan kebutuhan konsumen. Menurut Dewanti (2008), aspek pasar dan pemasaran merupakan suatu komponen yang saling berhubungan dengan tujuan yang sama, yaitu berfokus

pada keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini karena tolak ukur dari sebuah usaha adalah kepuasan konsumen. Pasar sendiri didefinisikan sebagai tempat terjadinya transaksi antara pembeli dan penjual. Menurut Sulyanto (2010) layakanya suatu ide bisnis didasari oleh aspek pasar dan pemasaran, apabila ide bisnis tersebut mampu menghasilkan produk yang diterima pasar dengan tingkat penjualan yang menguntungkan.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor di luar usaha yang berpotensi mempengaruhi usaha. Menurut Pearce II and Robinson (2013) faktor eksternal mempengaruhi sebuah perusahaan dalam menentukan arah dan tindakan yang akan dilakukan perusahaan. Faktor eksternal terbagi menjadi tiga menjadi (1) lingkungan jauh (ekonomi, sosial, politik, teknologi, dan ekologi), (2) lingkungan industri (hambatan masuk, kekuatan pemasok, kekuatan pembeli, ketersediaan produk pengganti, dan persaingan kompetitif), serta (3) lingkungan operasional (pesaing, pemberi kredit, pelanggan, pasar tenaga kerja, dan pemasok). Faktor eskternal terdiri dari kebijakan pemerintah di sektor publik, aspek sosial, budaya, dan ekonomi, serta aspek peranan lembaga terkait (Sandra & Purwanto, 2015).

a) Aspek Kebijakan Pemerintah

Menurut Friedrich (1969) dalam (Agustino dan Leo, 2008), aspek kebijakan pemerintah terdiri dari (1) peningkatan layanan jasa keuangan khususnya untuk pelaku UKM yang meliputi perbaikan layanan jasa, pasar, modal, dan asuransi), (2) peningkatan infrastruktur layanan jasa keuangan berupa akses pasar, layanan penagihan dan pembayaran, kemudahan investasi dan menabung, serta dukungan umum atas pelaksanaan transaksi perdagangan, serta (3) meningkatkan kemampuan serta penguasaan aspek-aspek teknis dan manajemen usaha, pengembangan produk dan penjualan, administrasi keuangan, serta kewirausahaan secara menyeluruh. Ketiga kebijakan ini bertujuan untuk pertumbuhan ekonomi khususnya yang terkait langsung dengan UKM.

b) Aspek Sosial, Budaya, dan Ekonomi

Aspek social, budaya, dan ekonomi memiliki dampak yang beragam kepada pemilik UMKM, seperti masuknya persaingan dari luar daerah sehingga meningkatkan persaingan dan mengurangi peluang bagi masyarakat sekitar, budaya dan adat istiadat setempat yang menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku UMKM, pembangunan

transportasi, listrik dan air, serta adanya investasi akan meningkatkan peluang untuk meningkatkan pendapatan (Kasmirand Jakfar 2003).

c) Aspek Peranan Lembaga Terkait

Aspek peranan Lembaga terkait dengan pemanfaatan lembaga terkait bagi UMKM untuk memulai atau mengembangkan usahanya. Seperti perbankan, credit union, modal venture, koperasi, asuransi, pegadaian, dan lembaga keuangan serupa. Oleh karena itu, lembaga keuangan dapat disebut sebagai perantara antara pemilik dana dengan pihak yang membutuhkan dana (Pearce et al., 2013).

B. Indikator Kinerja UMKM

Menurut Magdalena Silawati et.al dalam penelitiannya (2016:1365) variabel Kinerja adalah ukuran peningkatan kegiatan usaha pelaku UMKM dalam mewujudkan tujuan yaitu melalui indikator:

a. Pertumbuhan Penjualan

Merupakan bagaimana tanggapan responden terhadap tingkat pertumbuhan penjualan.

b. Pertumbuhan Modal

Merupakan bagaimana tanggapan dari responden terhadap tingkat pertumbuhan modal

c. Pertumbuhan Tenaga Kerja

Merupakan bagaimana tanggapan dari responden terhadap penyerapan tenaga kerja

d. Pertumbuhan Laba

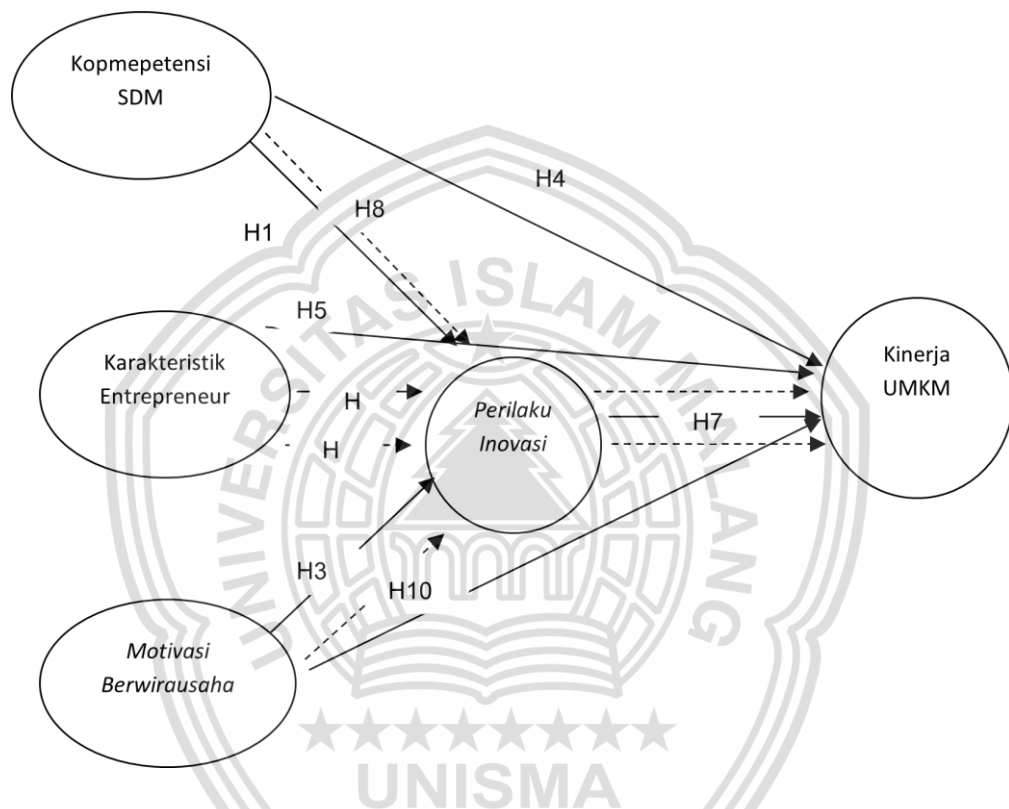
Merupakan bagaimana tanggapan dari responden terhadap rata-rata pertumbuhan laba.

2.3 Kerangka Konseptual

Penelitian ini pada dasarnya berusaha memperkaya bukti empiris tentang pengaruh Kompetensi, Karakter Wirausaha dan Motivasi berwirausaha terhadap kinerja UMKM melalui Perilaku Motivasi pada UMKM Kota Malang. Kerangka konsep dibangun berdasarkan keterkaitan variabel secara teoritis dan kajian dari penelitian-penelitian sebelumnya dengan keselarasan tujuan penelitian yang ingin dicapai.

Berdasarkan uraian hasil penelitian terdahulu, maka model konseptual yang mengintegrasikan Kompetensi, Karakter *Entrepreneur*, dan Motivasi Berwirausaha Terhadap kinerja UMKM Kota Malang Melalui Perilaku Inovasi disusun pada Gambar 2.1 dengan tujuan untuk menjelaskan hubungan.

Kausalitas kinerja UMKM secara langsung dipengaruhi oleh Kompetensi, Karakter dan Motivasi berwirausaha. Sedangkan pengaruh tidak langsung yang di mediasi perilaku Inovasi. Dari penjelasan diatas peneliti menggambarkan kerangka konseptual seperti gambar dibawah ini.



Gambar 2. 6 Kerangka Konseptual

2.4 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan fenomena permasalahan yang telah dijelaskan, tujuan yang dicari serta tinjauan literatur dan kerangka konseptual yang ada, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.4.1 Hubungan Antara Kompetensi terhadap Perilaku Inovasi

Dalam Kompetensi ini tidak berdiri sendiri, melainkan saling terkait dan dapat saling memperkuat. Sebagai contoh, individu dengan pengetahuan dan keahlian yang baik mungkin lebih mampu berkontribusi pada proses inovasi jika juga memiliki keterampilan kreatif dan kemampuan beradaptasi yang tinggi. Keseluruhan, kombinasi Kompetensi ini dapat membentuk dasar yang kuat untuk mendorong perilaku inovatif di tingkat individu maupun organisasional.

Hal ini telah disampaikan dalam penelitiannya (Darmaileny, Adriani, and Fitriaty 2022) bahwa Pengaruh Tata Kelola Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Organisasi Dimediasi Perilaku Inovatif Pada Badan Usaha Milik Desa (Bum Desa) Dalam Wilayah Kabupaten Tanjung Jabung Barat memiliki pengaruh signifikan dan positif. Sedangkan Huri Mustofa Nur,dkk (2021), Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakter wirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan UMKM, modal usaha tidak berpengaruh terhadap perkembangan UMKM, strategi pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan UMKM, dan inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan UMKM, Sedangkan hasil analisis jalur menunjukkan bahwa inovasi memediasi karakter wirausaha dan strategi pemasaran dengan perkembangan UMKM, namun

inovasi tidak memediasi modal usaha dengan perkembangan UMKM. Maka hipotesis sebagai berikut :

H1 : Kompetensi Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Perilaku Inovasi.

2.4.2 Hubungan Antara Karakter *Entrepreneur* Terhadap Perilaku Inovasi.

Salah satu faktor yang menentukan suatu usaha adalah karakter entrepreneur. Ketika seorang wirausaha memiliki karakter yang kuat maka dapat menentukan langkah yaitu berinovasi baik dalam produksi maupun mengenalkan produk yang dihasilkan (Jefferey and Handoyo 2020)(Safitri, 2018). Perilaku inovasi berhasil apabila dilakukan dengan penuh kesadaran dan bertujuan memperoleh peluang usaha. Perilaku inovasi berarti kemampuan untuk menerapkan dalam memecahkan persoalan-persoalan dan mengambil peluang untuk meningkatkan usaha yang optimal. Karakter wirausaha dapat mempengaruhi perilaku inovasi, karena setiap individu mempunyai ide kreatif dalam mengembangkan usahanya. Wirausaha dalam memulai dan mengoperasikan bisnis dibutuhkan semangat yang kuat dan pengembangan perilaku inovasi yang bagus.

Wagiyono et al. (2020) dan (Jefferey and Handoyo 2020) menyatakan bahwa karakter wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku inovasi. Artinya bahwa

perilaku inovasi dikembangkan melalui peningkatan usaha dalam pengelolaan usaha untuk menghasilkan produk-produk yang berkualitas dan pemasaran yang baik.

Prayoga Ivan & Nurlaily (2022), secara langsung efikasi diri berpengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha wanita, karakter individu berpengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha wanita, efikasi diri berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku inovatif, karakter individu berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku inovatif, dan perilaku inovatif berpengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha wanita, efikasi diri dan karakter individu berpengaruh secara tidak langsung terhadap keberhasilan usaha wanita. keberhasilan bisnis wanita melalui inovasi sebagai variabel intervening di Pusat Grosir Surabaya.

Dwi Prayoga,dkk (2023), Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku inovatif dapat memediasi variabel karakter wirausaha terhadap motivasi keberhasilan, perilaku inovatif dapat memediasi variabel Kompetensi sumber daya manusia terhadap motivasi keberhasilan. Maka Hipotesis Sebagai berikut:

H2 : Karakter *Entrepreneur* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku Inovasi.

2.4.3 Hubungan Antara Motivasi Berwirausaha Terhadap Perilaku Inovasi.

(Mukoffi and Asa'adi 2021), Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa karakter wirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM, begitu juga dengan modal usaha yang berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja. Sedangkan kecanggihan teknologi menunjukkan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Arnold Jayendra,dkk, (2023) Semakin tinggi karakter individu yang diperoleh karyawan maka perilaku inovasi akan meningkat. Kepemimpinan, budaya organisasi dan karakter individu berpengaruh terhadap perilaku inovasi. Hal ini menunjukkan bahwa kepemimpinan, budaya organisasi dan karakter individu dapat menentukan tingkat perilaku inovasi karyawan. Maka hipotesis sebagai berikut :

H3 : Motivasi Berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku Inovasi.

2.4.4 Hubungan Antara Kompetensi Terhadap Kinerja UMKM.

Dalam teori atribusi mendeskripsikan mengenai komunikasi sosial seseorang yang berusaha untuk menilai, menelaah, dan menyimpulkan suatu peristiwa berdasarkan persepsi individu. Kompetensi SDM merupakan sesuatu hal yang didapatkan manusia dengan cara selalu mengasah kemampuan serta potensi yang dimiliki. Kompetensi SDM yang dimiliki seseorang

dapat digunakan untuk menilai dan memprediksi tingkat kinerja suatu usaha. Kompetensi yang dimiliki oleh suatu individu sudah menjadi sesuatu yang melekat dalam dirinya. Kompetensi SDM adalah Kompetensi yang berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, kemampuan, dan karakter individu yang berpengaruh secara langsung terhadap kinerjanya.

Hasil penelitian menurut Kholid Murtadlo (2019) mengatakan dalam penelitiannya bahwa Kompetensi SDM berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini dibuktikan dengan penelitiannya dengan sangat setuju dalam pernyataan pertama “saya mempertimbangkan tingkat pendidikan karyawan” dengan persentase 30% dan pernyataan kedua “saya sudah berpengalaman dalam mengelola usaha” dengan persentase 42%. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan serta karakter pribadi itu dimiliki oleh seorang pengelola UMKM maka hasil pekerjaan akan baik pula serta berdampak baik pula pada kinerja UMKM.

Prayoga Ivan & Nurlaily (2022), secara langsung efikasi diri berpengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha wanita, karakter individu berpengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha wanita, efikasi diri berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku inovatif, karakter individu berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku inovatif, dan

perilaku inovatif berpengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha wanita, efikasi diri dan karakter individu berpengaruh secara tidak langsung terhadap keberhasilan usaha wanita. keberhasilan bisnis wanita melalui inovasi sebagai variabel intervening di Pusat Grosir Surabaya. Maka Hipotesis sebagai berikut :

H4 : Kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM

2.4.5 Hubungan Antara Karakter *Entrepreneur* Terhadap Kinerja UMKM.

UMKM mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi sebab memberikan kontribusi bagi pendapatan daerah maupun pendapatan nasional seiring dengan perkembangan UMKM di Indonesia, dimana perkembangan terjadi pada UMKM di Kota Malang yang dapat meningkatkan potensi kinerja pada UMKM.

Mukhofi Ahmad & As'adi (2021), Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa karakter wirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM, begitu juga dengan modal usaha yang berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja. Sedangkan kecanggihan teknologi menunjukkan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM Made Wirastika Ni,dkk (2016), Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakter individu dan psikologis wirausaha secara signifikan dan positif

mempengaruhi kinerja bisnis. Namun, karakter ini juga secara signifikan dan negatif mempengaruhi Kompetensi kewirausahaan, yang mengurangi dampak positif dalam kinerja bisnis. Maka hipotesis sebagai berikut :

H5 : Karakter Entrepreneur berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM

2.4.6 Hubungan Antara Motivasi Berwirausaha Terhadap Kinerja UMKM.

Motivasi berwirausaha adalah dorongan atau semangat yang mendorong seseorang untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha atau usaha mandiri. Motivasi ini dapat berasal dari berbagai faktor, seperti keinginan untuk mencapai kemandirian finansial, meraih kebebasan dalam mengelola waktu dan keputusan, menciptakan nilai tambah dalam masyarakat, atau memenuhi hasrat kreatif dan inovatif. Motivasi berwirausaha memainkan peran kunci dalam memicu seseorang untuk mengatasi tantangan, mengembangkan ide bisnis, dan bertahan dalam dunia bisnis yang kompetitif.

Hasil penelitian menurut (Anggriawan, Hamid, and Mukzam 2015) mengatakan pengaruh motivasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja karyawan pada CV. Suka Alam Kota Batu. Dalam hal ini motivasi yang timbul dari dalam diri karyawan telah mampu mendorong semangat mereka dalam bekerja dengan baik sehingga berpengaruh terhadap kinerja

mereka di dalam Perusahaan Arnold Jayendra,dkk (2023), Semakin tinggi karakter individu yang diperoleh karyawan maka perilaku inovasi akan meningkat. Kepemimpinan, budaya organisasi dan karakter individu berpengaruh terhadap perilaku inovasi. Hal ini menunjukkan bahwa kepemimpinan, budaya organisasi dan karakter individu dapat menentukan tingkat perilaku inovasi karyawan. Maka hipotesis sebagai berikut :

H6 : Motivasi Berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM

2.4.7 Hubungan Antara Perilaku Inovasi Terhadap Kinerja UMKM

Perilaku inovasi dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki dampak signifikan dan positif terhadap kinerja perusahaan. Inovasi merupakan suatu proses yang melibatkan penciptaan atau penerapan ide baru, produk, layanan, atau proses bisnis yang dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan Kinerja UMKM suatu perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian dari Tri puji astutik (2019) menerangkan bahwa hubungan Kreativitas Dan Perilaku Inovatif Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi. Hal ini dikarenakan seseorang yang mempunyai perilaku inovatif adalah orang yang sikap kesehariannya adalah selalu berfikir kritis, berusaha agar selalu terjadi perubahan di lingkungannya yang sifatnya menuju pembaharuan dari tradisional ke modern, atau dari sikap yang

belum maju ke sikap yang sudah maju dan diupayakan agar perubahan itu memiliki kegunaan atau nilai tambah tertentu. Orang yang berperilaku inovatif akan selalu berupaya agar upaya pemecahan masalah dengan cara yang berbeda-beda dengan biasanya tetapi lebih efektif dan efisien. Mengembangkan rencana dan jadwal yang matang untuk mewujudkan ide baru tersebut.

Prayoga Ivan & Nurlaily (2022), secara langsung efikasi diri berpengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha wanita, karakter individu berpengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha wanita, efikasi diri berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku inovatif, karakter individu berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku inovatif, dan perilaku inovatif berpengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan usaha wanita, efikasi diri dan karakter individu berpengaruh secara tidak langsung terhadap keberhasilan usaha wanita. keberhasilan bisnis wanita melalui inovasi sebagai variabel intervening di Pusat Grosir Surabaya. Maka hipotesis sebagai berikut :

H7 : Perilaku Inovasi Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kinerja UMKM.

2.4.8 Hubungan Kompetensi terhadap kinerja UMKM dengan perilaku Inovasi sebagai Variabel Intervening.

Pengembangan Kompetensi harus disertai dengan pengembangan motivasi keberhasilan yang menjelaskan tentang kekuatan, arah dan ketekunan dalam upaya untuk mencapai tujuan (Robbins and Timothy A. 2016). Kurangnya Kompetensi berdampak pada minimnya perilaku inovasi sehingga minat akan motivasi keberhasilanpun akan menurun. Kompetensi dibutuhkan bagi wirausaha untuk menciptakan perilaku inovasi agar bisa bersaing dan berkembang untuk terus maju dan tetap eksis dalam mencapai keberhasilan sebagai wujud dari hasil kerja, sehingga hasil pekerjaan menunjukkan motivasi keberhasilan. Penelitian (Wiguna, Gede Adi Yuniarta, and Made Aristia Prayudi 2017) Roroh (2021) dan Aziz (2021) menyatakan bahwa perilaku inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi keberhasilan melalui karakter wirausaha artinya Kompetensi sumber daya manusia yang meningkat dapat meningkatkan perilaku inovasi yang secara langsung dapat meningkatkan motivasi keberhasilan. Dengan kata lain, pengaruh Kompetensi SDM terhadap kinerja UMKM melalui perilaku inovasi mencerminkan bagaimana kemampuan dan keterampilan individu dalam UMKM dapat mempengaruhi kemampuan mereka untuk menghasilkan ide-ide baru, menerapkan inovasi, dan akhirnya meningkatkan kinerja bisnis

mereka. Kompetensi SDM yang tinggi dapat mendorong perilaku inovatif, yang pada gilirannya dapat menghasilkan peningkatan kinerja UMKM melalui peningkatan efisiensi, efektivitas, dan diferensiasi bisnis mereka di pasar. Dwi Prayoga,dkk (2023), Hasil peneilitian menunjukkan bahwa perilaku inovatif dapat memediasi variabel karakter wirausaha terhadap motivasi keberhasilan, perilaku inovatif dapat memediasi variabel Kompetensi sumber daya manusia terhadap motivasi keberhasilan. Maka Hipotesis Sebagai berikut:

H8 : Kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan perilaku inovasi sebagai variabel intervening.

2.4.9 Hubungan Karakter *Entrepreneur* Terhadap Kinerja UMKM Dengan Perilaku Inovasi Sebagai Variabel Intervening.

Seorang pengusaha perlu memahami bahwa efektivitas kerja bukan hanya tentang hasil akhir, tetapi juga melibatkan proses kerja yang efisien dan adaptif. Penyesuaian perilaku kerja yang berbasis keilmuan memungkinkan pekerja untuk mengintegrasikan pengetahuan dan keterampilan mereka dengan tuntutan pekerjaan yang berubah. Dengan mengedepankan perilaku kerja inovatif, pengusaha dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan lebih cepat dan berhasil. Dalam menghadapi perubahan teknologi dan tuntutan lingkungan yang terus berkembang, organisasi harus dapat

mengadopsi perilaku kerja yang inovatif. Hal ini melibatkan sikap yang terbuka terhadap perubahan, keinginan untuk mencoba hal-hal baru, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat. Perilaku kerja inovatif memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi peluang baru, mengembangkan solusi kreatif, dan meningkatkan efisiensi dalam pelaksanaan tugas.

Hasil penelitian menurut (Kadar, 2022) menunjukkan bahwa perilaku kerja inovatif dapat berperan sebagai mediator yang signifikan dalam hubungan tidak langsung antara kepemimpinan kewirausahaan (entrepreneurial leadership) dan kinerja IKM Batik Jambi. Artinya, kepemimpinan kewirausahaan memiliki pengaruh yang tidak langsung terhadap kinerja melalui perilaku kerja inovatif. Dalam konteks IKM Batik Jambi, penelitian ini menunjukkan bahwa kepemimpinan kewirausahaan yang efektif dapat mendorong perilaku kerja inovatif di antara karyawan, yang pada gilirannya mempengaruhi kinerja organisasi. Perilaku kerja inovatif memberikan jalur yang penting dalam menghubungkan kepemimpinan kewirausahaan dengan kinerja, dan memiliki potensi untuk meningkatkan hasil dan pencapaian IKM Batik Jambi secara keseluruhan. Made Wirastika Ni,dkk (2016), Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakter individu dan psikologis wirausaha secara signifikan dan positif mempengaruhi kinerja bisnis. Namun, karakter ini juga secara signifikan dan negatif mempengaruhi Kompetensi

kewirausahaan, yang mengurangi dampak positif dalam kinerja bisnis. Maka hipotesis sebagai berikut :

H9 : Karakter *Entrepreneur* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan perilaku inovasi sebagai variabel intervening.

2.4.10 Hubungan Motivasi Berwirausaha Terhadap Kinerja UMKM Dengan Perilaku Inovasi Sebagai Variabel Intervening.

Mukhofi Ahmad & As'adi (2021), Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa karakter wirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM, begitu juga dengan modal usaha yang berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja. Sedangkan kecanggihan teknologi menunjukkan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Maka hipotesis sebagai berikut :

H10 : Motivasi Berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan perilaku inovasi sebagai variabel *intervening*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian.

3.1.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan tingkat penjelasan Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian eksplanatori adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan letak variabel-variabel yang diteliti dan hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Oleh karena itu, hasil pengujian hipotesis harus didukung dengan penelitian yang sedikit banyak diulang dalam kondisi yang sama (Sugiyono, 2015: 21).

3.1.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat sumber data yang dianggap sebagai suatu populasi sehingga bisa diambil subjek yang diteliti. Lokasi penelitian merupakan suatu gambaran nyata keadaan suatu objek yang berguna untuk mendapatkan data tambahan yang berkaitan dengan penelitian. Lokasi penelitian yang dilakukan pada penelitian ini mencakup se-Kota Malang. Alasan utama penelitian ini dilakukan di Kota Malang karena sebagai Kota Pendidikan yang memiliki banyak mahasiswa sebagai peluang pasar dan memicu perkembangan sektor UMKM. Penelitian ini berniat untuk menganalisis bagaimanakah

pengaruh hubungan sumberdaya manusiis terhadap kinerja UMKM melalui perilaku inovasi.

3.1.3 Waktu Penelitian

Penelitian ini menjalani pencarian data mulai bulan November 2023 dan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner hingga bulan Juni 2024.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018: 117) Populasi yaitu daerah penyiamarataan yang terdapat oleh fenomena atau topik yang memiliki kapasitas dan ciri spesifik yang ditentukan bagi penelaah bagi mempelajari lalu selanjutnya diambil kesimpulan. Arikunto (2019:109) yang menyatakan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Menurut Arikunto (2017:173) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila peneliti ingin meneliti semua elemennya yang ada dalam wilayah penelitian maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Dalam penelitiain ini yang menjadi populasi umum adalah pelaku UMKM Kota Malang yang terdaftar di Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang pada tahun 2023. Jadi populasi yang diambil dalam penelitian ini sejumlah 1.200 pelaku UMKM di Kota Malang.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakter yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus *representatif* (mewakili) (Sugiyono 2019).

Dalam penelitian ini dalam menentukan sampel menggunakan kriteria tertentu adapun kriteria perusahaan yang dapat ditetapkan sebagai sampel sebagai berikut:

1. Pelaku usaha serta usaha yang dijalankan sedang beroperasi aktif hingga waktu penelitian selesai.
2. Pelaku usaha dalam produknya yang sudah terdaftar di Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang.

Menurut (Sugiyono 2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakter yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Sedangkan rumus yang digunakan dalam menentukan ukuran sampel adalah rumus yang dikemukakan oleh Slovin yang tercantum dibawah ini :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n : ukuran sampel / jumlah responden

N : ukuran populasi

e : persentase batas toleransi (*margin of error*) pada umumnya digunakan 1% = 0,01 atau 5% = 0,05 atau 10% = 0,10=0.01 (peneliti dapat mengambil salah satu *margin of error*)

$$n = \frac{1200}{1+1200(10\%)^2}$$

$$n = \frac{1200}{1+1200(0,10)^2}$$

$$n = \frac{1200}{1+1200(0,01)^2}$$

$$n = \frac{1200}{1+12}$$

$$n = \frac{1200}{13}$$

$$n = 92,3076 = 93 \text{ responden}$$

Hasil sampel untuk penelitian ini dari populasi 1200 pelaku UMKM, maka minimal sampel yang diambil oleh peneliti dibulatkan menjadi 393 orang.

3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data

Sumber data penelitian adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian. Sumber data diperlukan untuk menunjang terlaksananya penelitian dan sekaligus untuk menjamin

keberhasilan penelitian tersebut. Jenis sumber data suatu penelitian dijelaskan oleh (Sugiyono 2019) memiliki dua jenis, yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer adalah data penelitian yang didapatkan oleh peneliti langsung dari orang pertama atau tanpa perantara yang biasanya didapat melalui kuesioner, wawancara, observasi, dan metode lain yang langsung berhadapan dengan objek yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner (angket) kepada responden, adapun responden yang digunakan ialah para pelaku UMKM di Kota Malang.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber antara lain dokumen penting, laporan, buku, artikel, jurnal, dan informasi lainnya yang mempunyai hubungan dan relevan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Metode data sangat berperan penting dalam usaha agar data-data tersebut dapat dimengerti dan mudah dipahami

fungsinya, dalam penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif. Dalam penelitian ini teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* sehingga data yang di dapatkan oleh peneliti adalah secara langsung dengan membagikan kuesioner kepada responden yang telah ditetapkan yaitu pelaku UMKM Kota Malang.

Menurut (Sugiyono 2019), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang menggunakan skala likert, untuk mengklarifikasi variabel-variabel yang diukur dalam penelitian.

Dengan menggunakan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan indikator tersebut dijadikan acuan dalam menyusun pertanyaan maupun pernyataan (Sugiyono 2019). Dalam kuesioner kali ini dibuatkan melalui google form untuk dibagikan kepada responden.

Tabel 3. 1 Skala Likert

	Keterangan	Skor
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

Keterangan :

1. SS (sangat setuju) : yang berarti pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner penelitian benar- benar sesuai dan dapat diterima oleh pelaku UMKM Kota Malang.
2. S (setuju) : yang berarti pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner penelitian sesuai dan dapat diterima oleh pelaku UMKM Kota Malang.
3. N (netral) : artinya pelaku UMKM Kota Malang tidak cenderung setuju atau tidak setuju (ragu- ragu) dengan pertanyaan atau pernyataan kuesioner penelitian.
4. TS (tidak setuju) : yang berarti pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner penelitian tidak sesuai dan tidak dapat diterima oleh pelaku UMKM Kota Malang.
5. STS (sangat tidak setuju) : yang berarti pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner penelitian benar- benar tidak sesuai dan tidak dapat diterima oleh pelaku UMKM Kota Malang.

3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

3.4.1 Definisi Konseptual

A. Kompetensi Sumber Daya Manusia (X1)

Kompetensi sumber daya manusia adalah Kompetensi yang berhubungan dengan pengetahuan, keterampilan, kemampuan dan karakter kepribadian yang

berpengaruh secara langsung terhadap kinerjanya (Anwar, 2012).

Kompetensi sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang berpengaruh pada kinerja UMKM. Hal ini dikarenakan sebuah unit usaha ditentukan oleh bagaimana individu-individu yang terlibat didalamnya mengelola usaha tersebut (Wahyudiati & Isroah, 2018).

B. Karakter *Entrepreneur* (X2)

Karakter kewirausahaan merupakan kualitas atau sifat yang tetap terus menerus dan kekal yang dapat dijadikan ciri untuk mengidentifikasi seorang pribadi, suatu objek, suatu kejadian, integrasi atau sintesis dari sifat-sifat individual dalam bentuk suatu atau kesatuan dan kepribadian seseorang, dipertimbangkan dari titik pandangan etis dan moral (Setyawati, dkk, 2013).

Karakter diartikan sebagai watak, sifat-sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seseorang daripada yang lain. Wirausaha atau entrepreneur adalah seseorang yang memiliki jiwa dan kemampuan yang bersifat kreatif dan inovatif, mampu membuat sesuatu yang baru dan inovatif, serta mampu mencari peluang, berani mengambil risiko dan mampu mengembangkan ide dan meramu sumber daya (Soegoto, 2010).

C. Motivasi Berwirausaha (X3)

Menurut Ratnawati & Kuswardani (2010) Motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi. Entrepreneur Motivation melibatkan motivasi yang diarahkan pada tujuan kewirausahaan (tujuan yang melibatkan kesadaran dan eksploitasi peluang bisnis).

D. Perilaku Inovasi (Z)

Perilaku inovatif didefinisikan sebagai keseluruhan Tindakan individu yang mengarah pada pemunculan, pengenalan, dan penerapan dari sesuatu yang baru dan menguntungkan pada seluruh tingkat organisasi. Sesuatu yang baru dan menguntungkan meliputi pengembangan ide produk baru atau teknologi-teknologi, perubahan prosedur administratif yang bertujuan untuk meningkatkan relasi kerja atau penerapan dari ide-ide baru atau teknologi-teknologi untuk proses kerja yang secara signifikan meningkatkan efisiensi dan efektivitas organisasi (Kresnandito & Fajrianthi, 2012).

E. Kinerja UMKM (Y)

Menurut Mutegi, Njeru, and Ongesa (2015), kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang diraih individu yang menyesuaikan dengan peran atau tugas individu tersebut pada suatu perusahaan dalam periode tertentu, yang dikaitkan dengan sebuah ukuran nilai atau standar tertentu pada perusahaan individu tersebut bekerja. Kinerja UMKM merupakan salah satu sasaran terpenting bagi manajemen keuangan yaitu dengan memaksimalkan kemakuran pemilik selain memaksimumkan nilai perusahaan.

3.4 .2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian menurut (Sugiyono 2019) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan demikian definisi operasional variabel yaitu definisi dan pengukuran variabel sesuai dengan kebutuhan penelitian agar tidak terjadi multi tafsir, sedangkan Operasionalisasi variabel menyangkut status kedudukan variabel dalam penelitian, berdasarkan penjelasan tersebut maka definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Variabel Kompetensi Sumber Daya Manusia

Menurut pendapat Matutina 2016) mengatakan bahwa indikator Kompetensi sumber daya manusia meliputi:

1. Pengetahuan (*Knowledge*)
2. Keterampilan (*Skill*)
3. Kemampuan (*Abilities*)

B. Variabel Karakter *Entrepreneur*

Menurut Rusdiana (2014) indikator karakter wirausaha terdiri dari lima kategori yaitu :

1. Percaya diri
2. Berorientasi pada tugas dan hasil
3. Kepemimpinan
4. Berani mengambil resiko
5. Kreativitas dan Inovasi

C. Variabel Motivasi Berwirausaha

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan indikator motivasi yang dipaparkan Mc Clelland dalam Malayu S.P Hasibuan, 2012 : 162) sebagai berikut :

1. Mengembangkan Kreatifitas
2. Antusias untuk berprestasi tinggi
3. Kebutuhan akan perasaan diterima oleh orang lain di lingkungan dia tinggal dan bekerja (*sense of belonging*)
4. Kebutuhan akan perasaan dihormati (*sense of importance*)

5. Kebutuhan akan perasaan maju dan tidak gagal (*sense of achievement*)
6. Kebutuhan akan perasaan ikut serta (*sense of participation*)
7. Memiliki kedudukan yang terbaik
8. Mengarahkan kemampuan demi mencapai kekuasaan.

D. Variabel Perilaku Inovasi

De Jong, & Den Hartog, (2010:24) mengemukakan empat dimensi perilaku inovatif sebagai berikut :

1. Melihat Peluang
2. Mengeluarkan Ide
3. Memperjuangkan
4. Aplikasi

E. Variabel Kinerja UMKM

Menurut Magdalena Silawati et.al dalam penelitiannya (2016:1365) variabel Kinerja adalah ukuran peningkatan kegiatan usaha pelaku UMKM dalam mewujudkan tujuan yaitu melalui indikator:

1. Pertumbuhan Penjualan
2. Pertumbuhan Modal
3. Pertumbuhan Tenaga Kerja
4. Pertumbuhan Laba

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:102) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Uji yang digunakan untuk menguji kualitas instrument yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan dalam penelitian untuk mengukur data penelitian apakah valid atau tidaknya data tersebut digunakan (kuisisioner). Siregar, (2016:162) Menyatakan validitas kesahihan adalah menunjukan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Dalam pengujian validitas ini menggunakan Korelasi *Product Moment* yaitu menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan. Menurut Sugiyono (2012) kriteria dalam penilaian uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Apabila $r \text{ hitung} \geq r \text{ table}$ (pada tarif signifikan 5%) maka dapat ditentukan item kuisisioner tersebut valid.
2. Apabila $r \text{ hitung} \leq r \text{ table}$ (pada tarif signifikan 5%) maka dapat dikatakan item kuisisioner tersebut tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan, Sugiyono (2018:268). Data yang tidak reliabel,

tidak dapat di proses lebih lanjut karena akan menghasilkan kesimpulan yang bias, suatu alat ukur yang dinilai reliabel jika pengukuran tersebut menunjukkan hasil-hasil yang konsisten dari waktu ke waktu.

- Jika nilai *Cronbach Appha* $\alpha > 0,60$ maka *reliabel*
- Jika nilai *Cronbach Appha* $\alpha < 0,60$ maka tidak *reliable*

3.5.3 Uji *Partial Least Square* (PLS)

Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan menggunakan software SmartPLS versi 3.0. Uji PLS atau Partial Least Square merupakan pendekatan persamaan struktrural (*Structural Equation Modelling/SEM*) berbasis varian. Pendekatan ini digunakan untuk melakukan analisis jalur yang banyak digunakan dalam studi keperilakuan, sehingga PLS menjadi teknik statistik yang digunakan dalam model yang lebih dari satu variabel dependen dan variabel independen (Muniarti et al., 2013).

Tujuan dari pemggunaan PLS (*Partial Least Square*) yaitu untuk melakukan prediksi hubungan antar konstruk, selain itu untuk membantu peneliti dalam penelitiannya untuk mendapatkan nilai variabel laten yang bertujuan untuk melakukan pemprediksian. Variable laten adalah linear agregat dari indikator- indikatornya. Weight estimate untuk menciptakan komponen skor variabel laten didapat berdasarkan bagaimana *inner model* (model structural yang menghubungkan antar

variabel laten) dan outer model (model pengukuran yaitu hubungan antar indikator dengan konstruksinya) dispesifikasi. Hasilnya adalah residual variance dari variabel dependen (kedua variabel laten dan indikator) diminimumkan Menurut Muniarti et al., (2013) Uji PLS lebih sesuai dengan studi eksperimen (dengan model yang lebih kompleks) yang memang memiliki keterbatasan data dan tujuan kausalitas. Uji PLS mempunyai dua model pengujian utama, yaitu model pengukuran dan model struktural. Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk uji kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan indikator reflektif karena indikator yang digunakan merupakan indikator yang telah diuji oleh peneliti-peneliti lain sebelum adanya penelitian ini. Jogiyanto, (2009:11) juga menyatakan bahwa analisis *Partial Least Squares* (PLS) merupakan teknik statistika multivarian yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda. PLS merupakan salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data. Analisa pada PLS dilakukan dengan tiga tahap, yaitu :

1. Analisa *Outer Model* (Model Pengukuran)

Model Pengukuran dalam uji PLS dilakukan untuk menguji validitas internal dan reliabilitas. *Analisa Outer Model* ini akan menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya, atau dapat dikatakan bahwa *outer model* mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Uji yang dilakukan pada *outer model* ini adalah sebagai berikut :

- 1) *Convergent Validity* merupakan indikator yang dinilai berdasarkan korelasi antara item score /component score dengan construct score, yang dapat dilihat dari *standardized loading factor* yang mana menggambarkan besarnya korelasi antar setiap item pengukuran (indikator) dengan konstraknya. Menurut Chin yang dikutip oleh Ghozali, nilai antara 0,5 — 0,6 sudah dianggap cukup.
- 2) *Discriminant Validity* merupakan nilai *Cross Loading* faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk yang lain.

3) *Composite Reliability* merupakan indikator untuk mengukur suatu konstruk yang dapat dilihat pada view laten variable coefficients. Untuk mengevaluasi composite reliability terdapat dua alat ukur yaitu internal consistency dan cronbach's alpha. Dalam pengukuran tersebut apabila nilai yang dicapai adalah $>0,7$ maka dapat dikatakan bahwa konstruk tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi.

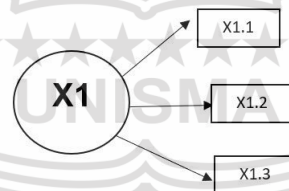
4) *Average Variance Extracted (AVE)* Nilai AVE yang diharapkan $> 0,5$.

5) *Cronbach's Alpha* merupakan uji reliabilitas yang dilakukan memperkuat hasil dari composite reliability. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's alpha $> 0,7$

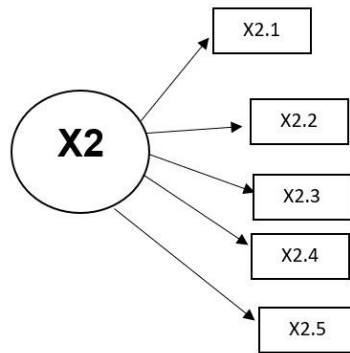
2. Analisa Inner Model (Model Struktural)

Analisis Inner Model atau yang biasa disebut dengan Model Struktural ini digunakan untuk memprediksi hubungan kausal antar variabel yang diuji dalam model. Analisa inner model dapat dievaluasi yaitu dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen. Dalam pengevaluasian inner model dengan PLS (*Partial Least Square*) dimulai dengan cara melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Kemudian dalam penginterpretasinya sama

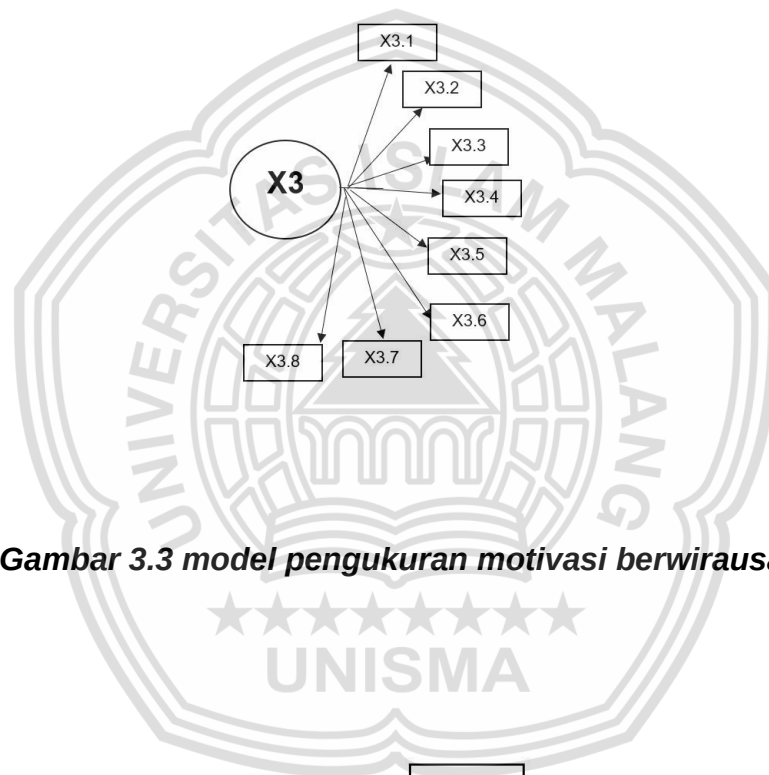
dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai pada *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah memiliki pengaruh yang substantif. Selain melihat nilai *R-square*, pada model PLS (*Partial Least Square*) juga dievaluasi dengan melihat nilai *Q-square* prediktif relevansi untuk model konstruktif. *Q-square* mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya. Nilai *Q-square* lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*, sedangkan apabila nilai *Q-square* kurang lebih dari 0 (nol), maka menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*.



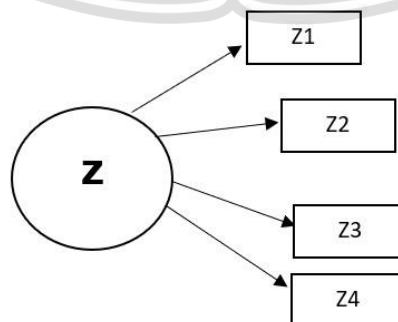
Gambar 3.1 model pengukuran kompetensi



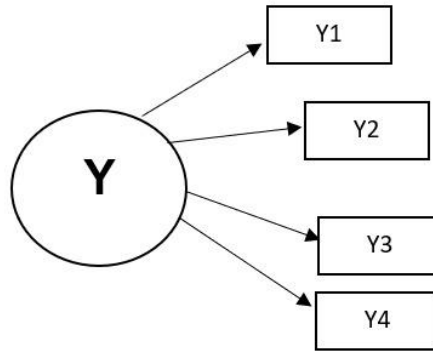
Gambar 3.2 model pengukuran karateristik entreprenuer



Gambar 3.3 model pengukuran motivasi berwirausaha



Gambar 3.4 model pengukuran perilaku inovasi



Gambar 3.5 model pengukuran kinerja UMKM

3. Pengujian Hipotesis

Secara umum metode *explanatory research* merupakan pendekatan metode yang menggunakan PLS. Hal ini disebabkan pada metode ini terdapat pengujian hipotesa. Menguji hipotesis dapat dilihat melalui nilai t- statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah H_a diterima dan H_0 ditolak ketika t- statistik $>1,96$. Serta menolak atau menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a diterima jika nilai p-value $<0,05$.

Uji Pengaruh Tidak Langsung Pengujian ini dilakukan untuk melihat besarnya nilai pengaruh tidak langsung antar variabel. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode *bootstrapping* menggunakan smartPLS 3.0. Dalam penelitian ini terdapat variabel intervening yaitu kepuasan

konsumen. Variabel intervening dikatakan mampu memediasi pengaruh variabel eksogen (independen) terhadap variabel endogen (dependen) jika nilai t-statistik lebih besar dibandingkan dengan T-tabel dan P-value lebih kecil daripada tingkat signifikan yang digunakan (5%).



BAB IV

HASIL PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang analisis data dan hasil dari penelitian yang dilakukan. Hasil penelitian ini terdiri dari hasil analisis deskriptif dan hasil inferensial dari uji model hipotesis dengan menggunakan analisis PLS (*Partial Least Square*). Analisis deskriptif meliputi gambaran objek penelitian, karakter responden dan hasil analisis deskriptif kuesioner. Untuk hasil analisis inferensial berasal dari permodelan persamaan struktural berbasis PLS (*Partial Least Square*).

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum UMKM di Kota Malang

UMKM merupakan merupakan usaha yang potensial bagi perkembangan perekonomian di Indonesia sehingga dalam pelaksanaannya perlu dioptimalkan dan digali kembali potensi-potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat. Potensi-potensi yang ada pada UMKM sangat beragam, mengingat UMKM merupakan salah satu bentuk industri kreatif, hal tersebut juga terlihat pada UMKM yang ada di Kota Malang yang memang mempunyai diversitas usaha yang banyak. UMKM di Kota Malang terbagi dalam beberapa sektor usaha seperti kerajinan, jasa, makanan olahan, konveksi, dan lain-lain. Namun seperti halnya UMKM yang ada di Indonesia pada umumnya kondisi UMKM di Kota Malang, tidak jauh berbeda berbeda dengan kondisi UMKM di kota-kota lain, yaitu

sebagian besar usaha tidak dikelola secara profesional, tanpa manajemen yang jelas dan hanya sekadar untuk menghidupi keluarga. Seharusnya UMKM ini dapat berkembang pesat bila dikelola secara profesional. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Kota Malang tersebar di 6 Kecamatan dengan jumlah UMKM yang terdata oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Malang tahun 2021-2023 dapat dilihat dalam tabel dibawah :

Tabel 4. 1 Jumlah UMKM yang terdata oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Malang tahun 2021-2023

Kecamatan di Kota Malang	Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Kecamatan di Kota Malang (Unit)		
	2021	2022	2023
Kedungkandang	855	1069	4402
Sukun	1462	1478	6011
Klojen	868	875	3850
Blimbing	1459	1479	5347
Lowokwaru	2339	3019	9448
KOTA MALANG	6983	7920	29058

Sumber: Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Malang

Dari tabel di atas dapat dilihat pada kolom tahun 2023 bahwa Kecamatan Blimbing memiliki jumlah UMKM paling banyak yaitu 5347 UMKM, Kecamatan Lowokwaru 9448 UMKM, Kecamatan Sukun 6011 UMKM, Kecamatan Kedungkandang 4402 UMKM dan Kecamatan dengan jumlah UMKM paling sedikit adalah Kecamatan Klojen, yaitu dengan 3850 UMKM. Upaya untuk mengoptimalkan potensi UMKM di Kota Malang, yaitu adanya dukungan dari pemerintahan, pelatihan manajemen, dan akses permodalan yang mudah dapat menjadi kunci untuk mendorong

UMKM agar dikelola secara profesional dan berkontribusi signifikan terhadap kemajuan ekonomi masyarakat khususnya di kota Malang.

4.2 Deskripsi Data Responden

Data responden didapat dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh pelaku UMKM Kota Malang yang dijadikan sampel penelitian. Setiap responden memiliki karakteristik yang berbeda. Adapun gambaran karakteristik responden sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam menyikapi suatu produk, hal ini berkaitan dengan tingkat kepentingan masing-masing jenis kelamin. Data responden berdasarkan jenis kelamin bisa dilihat pada table berikut ini:

Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-laki	49	52,7%
Perempuan	44	47,3%
Jumlah	93	100%

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel jenis kelamin, pemilik UMKM berjenis kelamin laki-laki berjumlah 49 orang atau 52,7% dan pemilik UMKM berjenis kelamin Perempuan berjumlah 44 orang atau 47,3%. Dapat dilihat dari table diatas disimpulkan bahwa mayoritas responden yang memiliki UMKM di Kota Malang adalah berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 49 orang atau 52,8%.

2. Usia Responden

Usia responden merupakan faktor yang dapat menentukan penilaian pemilik UMKM karena pengetahuan, pandangan, pengalaman, dan keyakinan sehingga akan mempengaruhi perilaku inovasi dalam pengembangan UMKM. Data responden pada kriteria usia dapat di lihat di table sebagai berikut ini:

Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase
20 – 30 tahun	52	55,9%
31- 40 tahun	16	17,2%
41- 50 tahun	16	17,2%
50 – 60 tahun	9	9,7%
Jumlah	93	100%

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan table 4.2 diatas menunjukkan bahwa responden mayoritas berada pada rentang usia 20-30 tahun yakni sebanyak 55,9%, usia 31 – 40 tahun sebanyak 17,2%, usia 41 – 50 tahun sebanyak 17,2%, dan usia 50 - 60 tahun sebanyak 9,7%. Responden yang paling banyak pemilik UMKM di Kota Malang pada usia 21 – 30 tahun sebesar 55,9% atau 52 responden. Sebagian besar responden pada usia tersebut merupakan usia yang dianggap sudah dewasa dan sudah memiliki pengalaman dalam mengambil suatu pilihan atau dalam mengambil keputusan bagi pemilik UMKM di Kota Malang.

3. Pendidikan

Pendidikan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku inovasi pada UMKM Kota Malang karena berfikir akan

mempengaruhi kinerja seseorang. Table 4.3 menunjukkan Tingkat Pendidikan responden sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah Responden	Presentase
SD	3	3.2%
SMP	3	3.2%
SMA	18	19.4%
DIPLOMA	63	67.7%
S1	6	6.5%
S2	3	3.2%
Jumlah	93	100%

Sumber: Data di olah tahun 2024

Dari pemaparan di atas dapat diketahui bahwa tingkat Pendidikan responden mayoritas berpendidikan terakhir S1, yaitu sebesar 67,7%. Hal ini pemilik UMKM Kota Malang merupakan responden yang telah memiliki tingkat Pendidikan tinggi. Hal ini berarti penilaian yang didasari oleh banyaknya alasan dari responden yang memiliki inisiatif dalam pengembangan ilmu dari perkuliahannya dan mereka sudah memulai usaha seja di bangku perkuliahan untuk biaya nya sendiri.

4. Lama usaha

Adapun karakteristik responden pelaku UMKM di Kota Malang berdasarkan lama usaha, diperoleh data sebagai berikut responden berdasarkan lama usaha bisa dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase
0-5 tahun	56	60.2%
5-10 tahun	9	9.7%
>10 tahun	28	30.1%
Jumlah	93	100%

Sumber : Data diolah di tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.4 lama usaha 0-5 tahun merupakan responden dengan frekuensi terbanyak yakni sebanyak 56 orang atau sebesar 60,2%, sedangkan responden dengan frekuensi terendah adalah dengan lama usaha 5-10 tahun sebanyak 9 orang atau sebesar 9,7%. Hasil deskripsi frekuensi pada tabel 4.3 jika dikaitkan dengan hasil deskripsi frekuensi karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir pada tabel 4.3 dapat menunjukkan jumlah mahasiswa/pelajar sebanyak 63 responden atau sebesar 67.7%. Responden dengan lama usaha 5-10 tahun dengan frekuensi terbanyak.

5. Pendapatan per bulan

Tingkat pendapatan seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan perilaku inovasi dalam menjalankan usaha UMKM di Kota Malang. Tabel ini menunjukkan distribusi tingkat pendapatan responden sebagai berikut :

Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan per bulan

Pendapatan per bulan	Jumlah Responden	Presentase
< 15 juta	64	68.8%
15-20 juta	16	17.2%
20-25 juta	10	10.8%
> 30 juta	3	3.2%
Jumlah	93	100%

Sumber : Data di olah tahun 2024

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa tingkat penghasilan responden mayoritas adalah Rp < 15.000.000 yaitu sebesar 68,8%. Mayoritas responden yang memiliki usaha UMKM adalah berpendapatan minimal. Hal ini disebabkan karena mengacu pada tabel 4.3 yang mayoritas responden yang memiliki usaha UMKM

yang berasal dari lulusan S1. Hal ini juga yang kebanyakan masih baru merintis usaha.

4.3 Deskripsi Jawaban Responden

Setelah peneliti mendapatkan jawaban dari responden melalui kuesioner yang dibagikan maka jawaban dari responden mengenai variabel eksogen yaitu kompetensi (X1), karakter *entrepreneur* (X2) dan motivasi berwirausaha (X3), variabel intervening yaitu perilaku inovasi (Z) dan variabel endogennya yaitu kinerja UMKM (Y). Menurut Sugiyono (2017:141) besarnya interval diperoleh dari skor tertinggi dikurangi skor terendah, kemudian dibagi dengan jumlah keseluruhan alternatif jawaban. Berdasarkan cara tersebut diperoleh interval untuk setiap kategori jawaban, yaitu:

$$I = \frac{St - Sr}{K}, I = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Keterangan:

I : Interval

St : Skor tertinggi

Sr : Skor terendah

K : Kategori

Adapun kriteria yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Kategori Skor

Rentang Kategori Skor	Penafsiran
1,00-1,80	Sangat Tidak Baik/ Sangat Rendah
1,81-2,60	Kurang Baik/Rendah
2,61-3,40	Cukup/Sedang
3,41-4,20	Baik/Tinggi
4,21-5,00	Sangat Baik/Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2017:94)

Deskripsi jawaban responden dapat dilihat pada penjelasan sebagai berikut :

a. Variabel Kompetensi (X1)

Variabel Kompetensi merupakan kemampuan dan karakteristik yang dimiliki oleh individu atau kelompok, yang meliputi pengetahuan, keterampilan, dan sikap perilaku yang diperlukan dalam pelaksanaan tugas dan tanggung jawabnya dalam lingkungan pekerjaannya. Hasil jawaban responden mengenai pernyataan keusioner pada variabel *Kompetensi* (X1) dapat dilihat pada tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kompetensi

PERNYATAAN	SEBARAN KUESIONER												
	SS		S		N		TS		STS		TOTAL		
	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	RATA-RATA
Ilmu yang saya miliki sesuai dengan pekerjaan yang saya tekuni dalam bidang bisnis. (X1.1)	28	140	55	220	8	24	0	0	2	2	93	386	4,15
Ketrampilan yang saya miliki bisa saya terapkan dalam rangka	20	100	61	244	9	27	0	0	3	3	93	374	4,03

mengembangkan bisnis saya. (X1.2)													
Saya mampu menjalankan bisnis saya dengan baik. (X1.3)	33	165	53	212	4	12	1	2	2	2	93	393	4,22
SKOR RATA-RATA VARIABEL X1													4,13

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.8 di atas tentang deskripsi Kompetensi pada item pernyataan pertama bahwa “Ilmu yang saya miliki sesuai dengan pekerjaan yang saya tekuni dalam bidang bisnis” dengan nilai rata-rata sebesar 4,15, angka ini memiliki penafsiran baik. Artinya pelaku UMKM rata-rata sudah memiliki ilmu dasar bisnis dalam mengembangkan usahanya. Hasilnya menunjukkan sebanyak 28 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 55 kriteria responden menyatakan setuju, 8 kriteria responden menyatakan netral, dan 2 responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pertanyaan yang kedua bahwa, “Ketrampilan yang saya miliki bisa saya terapkan dalam rangka mengembangkan bisnis saya” dengan nilai rata-rata sebesar 4,03, angka ini memiliki penafsiran baik. Artinya pelaku UMKM di Kota Malang memiliki keterampilan yang bisa membuat usahanya berkembang secara pesat. Hasilnya menunjukkan sebanyak 20 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 61 kriteria responden menyatakan setuju, 9 kriteria responden yang menyatakan netral dan 3 kriteria responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang ketiga bahwa “Saya mampu menjalankan bisnis saya dengan baik” dengan nilai rata-rata sebesar 4,22, angka ini memiliki penafsiran baik. Artinya pelaku UMKM mampu menjalankan usaha mereka sesuai dengan ilmu dan keterampilan mereka yang sudah diperoleh. Hasilnya menunjukkan sebanyak 33 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 53 kriteria responden menyatakan setuju, 4 kriteria responden menyatakan netral, 1 kriteria responden yang menyatakan tidak setuju, dan 2 kriteria responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dari itu diperoleh nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item ketiga yaitu pelaku Saya mampu menjalankan bisnis saya dengan baik sebesar 4,22. Artinya pelaku UMKM dengan pengalaman yang dimiliki sudah mampu untuk mengembangkan usahanya sendiri. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada item kedua sebesar 4,03 yaitu Keterampilan yang saya miliki bisa saya terapkan dalam rangka mengembangkan bisnis saya. Dan total rata-rata dari ketiga item sebesar 4,13, angka ini memiliki penafsiran baik. Artinya Kompetensi pada pelaku UMKM Kota Malang ini sudah mampu untuk mengembangkan usahanya.

b. Variabel Karakter Entrepreneur (X2)

Variabel Karakter Entrepreneur merupakan karakter wirausaha yang memiliki peran penting dalam membentuk sikap mental seseorang, daya inovasi, kreatifitas, keberanian, ketekunan,

semangat kerja keras, daya saing yang bersinergi dengan pengetahuan keterampilan dan kewaspadaan menentukan keberhasilan usaha. Hasil jawaban responden mengenai pernyataan keusioner pada variabel Karakter *Entrepreneur* (X2) dapat dilihat pada tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Karakter Entrepreneur

SEBARAN KUESIONER													
PERNYATAAN	SS		S		N		TS		STS		TOTAL		
	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	RATA-RATA
Saya optimis bahwa usaha yang saya jalankan bisa berjalan dengan baik (X2.1)	22	110	54	216	13	39	3	6	1	1	93	372	4,00
Saya menyelesaikan tugas dengan baik (X2.2)	28	140	50	200	12	36	3	6	0	0	93	382	4,11
Saya bisa menyelesaikan masalah yang terjadi dalam bisnis saya (X2.3)	21	105	65	260	5	15	2	4	0	0	93	384	4,13
Saya siap menghadapi tantangan baru dalam bisnis (X2.4)	21	105	57	228	11	33	4	8	0	0	93	374	4,03
Saya menciptakan ide baru dalam bisnis saya (X2.5)	20	100	63	252	8	24	2	4	0	0	93	380	4,08
SKOR RATA-RATA VARIABEL X2													4.07

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.8 di atas tentang deskripsi Karakter Entrepreneur pada item pernyataan pertama bahwa “Saya optimis bahwa usaha yang saya jalankan bisa berjalan dengan baik” dengan nilai rata-rata sebesar 4,00, angka ini memiliki penafsiran baik. Artinya pelaku UMKM tersebut mampu menjalankan usahanya

secara maksimal. Hasilnya menunjukkan sebanyak 22 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 54 kriteria responden menyatakan setuju, 13 kriteria responden yang menyatakan netral, 3 jawaban responden yang menyatakan tidak setuju dan 1 responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pertanyaan yang kedua bahwa, “Saya menyelesaikan tugas dengan baik” dengan nilai rata-rata sebesar 4,11, angka ini memiliki penafsiran baik. Artinya pelaku UMKM bisa bertanggung jawab untuk menyelesaikan tugasnya dengan baik dan sesuai prosedur yang sudah ditentukannya. Hasilnya menunjukkan sebanyak 28 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 50 kriteria responden menyatakan setuju, 12 kriteria responden yang menyatakan netral, dan 3 kriteria responden menyatakan tidak setuju.

Pada item pernyataan yang ketiga bahwa, “Saya bisa menyelesaikan masalah yang terjadi dalam bisnis saya” dengan nilai rata-rata sebesar 4,13, angka ini memiliki penafsiran baik. Artinya pelaku UMKM bisa menyelesaikan masalah nya secara baik tanpa merugikan banyak pihak. Hasilnya menunjukkan sebanyak 21 kriterian responden menyatakan sangat setuju, 65 kriteria responden menyatakan setuju, 5 kriteria responden menyatakan netral, 2 kriteria responden yang menyatakan tidak setuju.

Pada item pernyataan yang keempat bahwa, “Saya siap menghadapi tantangan baru dalam bisnis” dengan nilai rata-rata

sebesar 4,03, angka ini memiliki penafsiran baik. Pelaku UMKM selalu siap dalam menghadapi tantangan baru dalam persaingan usaha. Hasilnya menunjukkan sebanyak 20 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 63 kriteria responden menyatakan setuju, 8 kriteria responden menyatakan netral, 4 kriteria responden yang menyatakan tidak setuju.

Pada item pernyataan yang kelima bahwa, “Saya menciptakan ide baru dalam bisnis saya” dengan nilai rata-rata sebesar 4,08, angka ini memiliki penafsiran baik. Artinya Pelaku UMKM mampu menciptakan ide baru sesuai dengan perkembangan saat ini dengan tujuan meningkatkan kualitas dan kuantitas usaha. Hasilnya menunjukkan sebanyak 20 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 63 kriteria responden menyatakan setuju, 8 kriteria responden menyatakan netral, 2 kriteria responden yang menyatakan tidak setuju.

Maka dari itu diperoleh nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item ketiga yaitu “Saya bisa menyelesaikan masalah yang terjadi dalam bisnis saya” sebesar 4,13. Artinya karakter enterprenuer mampu mendiskripsikan karakteristik pelaku UMKM dengan baik. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada item pertama sebesar 4,00 yaitu pelaku UMKM berkeinginan untuk bisa menjalankan usahanya dengan baik. Dan total rata-rata dari kelima item sebesar 4,07, angka ini memiliki penafsiran baik. Artinya para pelaku UMKM sudah menanamkan karakter enterprenuer sebagai

pedoman untuk melakukan persaingan yang ketat dalam dunia UMKM dengan baik.

c. Variabel Motivasi Berwirausaha (X3)

Motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani mengambil resiko, kreatif dan memiliki inovasi tinggi. Hasil jawaban responden mengenai pernyataan keusioner pada variabel Motivasi Berwirausaha (X3) dapat dilihat pada tabel 4.10 sebagai berikut :

Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden Variabel Motivasi Berwirausaha

SEBARAN KUESIONER													
PERNYATAAN	SS		S		N		TS		STS		TOTAL		
	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	RATA-RATA
Saya memberikan hal baru dalam bisnis saya (X3.1)	22	110	60	240	8	24	3	6	0	0	93	380	4,08
Saya aktif dalam menjalankan bisnis saya (X3.2)	23	115	46	184	21	63	3	6	0	0	93	368	3,95
Saya bekerja sama dengan baik bersama tim saya. (X3.3)	24	120	49	196	17	51	3	6	0	0	93	373	4,10
Saya menghargai pendapat orang lain dalam bisnis saya (X3.4)	19	95	47	188	22	66	5	10	0	0	93	359	3,86
Saya tidak mudah menyerah dalam bisnis (X3.5)	21	105	53	212	15	45	4	8	0	0	93	370	3,97
Saya terlibat secara aktif dalam bisnis saya (X3.6)	23	115	46	184	20	60	3	6	1	1	93	366	3,94
Saya merasa bahwa memiliki bisnis sendiri memberikan kesempatan untuk	19	95	55	220	16	48	3	6	0	0	93	369	3,96

mengimplementasikan ide-ide kreatif saya (X3.7)													
Saya memiliki tujuan dalam menjalankan bisnis saya (X3.8)	20	100	53	212	17	51	3	6	0	0	93	369	3,96
SKOR RATA-RATA VARIABEL X3													3,97

Sumber : Data di olah pada tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.10 di atas tentang deskripsi motivasi berwirausaha pada item pernyataan pertama “Saya memberikan hal baru dalam bisnis saya” dengan nilai rata-rata sebesar 4,08, angka ini memiliki penafsiran sangat baik. Artinya pelaku UMKM selalu membuat hal baru untuk pengembangan usahanya agar semakin maksimal. Hasilnya menunjukkan sebanyak 22 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 60 kriteria responden menyatakan setuju, 8 kriteria responden menyatakan netral, dan 3 responden yang menyatakan sangat setuju.

Pada item pertanyaan yang kedua bahwa “Saya aktif dalam menjalankan bisnis saya” dengan nilai rata-rata sebesar 3,95 angka ini memiliki penafsiran baik. Artinya pelaku UMKM selalu berperan aktif dalam menjalankan usahanya agar bisa berkembang sesuai targetnya. Hasilnya menunjukkan sebanyak 23 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 46 kriteria responden menyatakan setuju, 21 kriteria responden yang menyatakan netral dan 3 kriteria responden yang menyatakan tidak setuju.

Pada item pernyataan yang ketiga bahwa, “Saya bekerja sama dengan baik bersama tim saya” dengan nilai rata-rata sebesar 4,10, angka ini memiliki penafsiran sangat baik. Artinya

pelaku UMKM mampu bekerja dengan baik secara tim dalam mengembangkan usaha. Hasilnya menunjukkan sebanyak 24 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 49 kriteria responden menyatakan setuju, 17 kriteria responden menyatakan netral, 3 kriteria responden yang menyatakan tidak setuju.

Pada item pernyataan yang keempat bahwa, “Saya menghargai pendapat orang lain dalam bisnis saya” dengan nilai rata-rata sebesar 3,86, angka ini memiliki penafsiran sangat baik. Artinya pelaku UMKM mampu menghargai pendapat orang lain ketika ada yang mengutarakan pendapat nya dengan tujuan pengembangan usaha. Hasilnya menunjukkan sebanyak 19 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 47 kriteria responden menyatakan setuju, 22 kriteria responden menyatakan netral, 5 kriteria responden yang menyatakan tidak setuju.

Pada item pernyataan yang kelima bahwa, “Saya tidak mudah menyerah dalam bisnis “ dengan nilai rata-rata sebesar 3,97, angka ini memiliki penafsiran sangat baik. Artinya pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya selalu bekerja keras dan tidak mudah menyerah agar tujuan yang dicapai dapat berhasil. Hasilnya menunjukkan sebanyak 21 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 53 kriteria responden menyatakan setuju, 15 kriteria responden menyatakan netral, 4 kriteria responden yang menyatakan tidak setuju.

Pada item pernyataan yang keenam bahwa, “Saya terlibat secara aktif dalam bisnis saya “ dengan nilai rata-rata sebesar 3,94, angka ini memiliki penafsiran sangat baik. Artinya secara aktif pelaku UMKM mampu terlibat dalam mengembangkan usaha. Hasilnya menunjukkan sebanyak 23 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 46 kriteria responden menyatakan setuju, 20 kriteria responden menyatakan netral, 3 kriteria responden yang menyatakan tidak setuju dan 1 kriteria responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang ketujuh bahwa, “Saya merasa bahwa memiliki bisnis sendiri memberikan kesempatan untuk mengimplementasikan ide-ide kreatif saya“ dengan nilai rata-rata sebesar 3,96, angka ini memiliki penafsiran sangat baik. Artinya dalam menjalankan usaha sendiri pelaku UMKM mampu mengimplementasikan ide nya sehingga usahanya bisa berkembang cepat. Hasilnya menunjukkan sebanyak 19 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 55 kriteria responden menyatakan setuju, 16 kriteria responden menyatakan netral, 3 kriteria responden yang menyatakan tidak setuju.

Pada item pernyataan yang kedelapan bahwa, “Saya memiliki tujuan dalam menjalankan bisnis saya“ dengan nilai rata-rata sebesar 3,96 angka ini memiliki penafsiran sangat baik. Artinya pelaku UMKM memiliki tujuan baik yaitu pengembangan usaha dengan maksimal. Hasilnya menunjukkan sebanyak 20 kriteria

responden menyatakan sangat setuju, 53 kriteria responden menyatakan setuju, 17 kriteria responden menyatakan netral, 3 kriteria responden yang menyatakan tidak setuju.

Maka dari itu diperoleh nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item ketiga yaitu “Saya bekerja sama dengan baik bersama tim saya” sebesar 4,10. Artinya pelaku UMKM mampu mencerminkan kemampuan kuat dari kolaborasi tim, yang merupakan faktor penting dalam pengembangan bisnis yang sukses. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada item keenam sebesar 3,94. Artinya pelaku UMKM memiliki ruang untuk perbaikan dalam aspek yang diukur oleh item keenam. Upaya yang ditargetkan untuk mengatasi kelemahan ini dapat membantu dalam keseluruhan perkembangan bisnis. Dan total rata-rata dari delapan item sebesar 3,97, angka ini memiliki penafsiran baik. Artinya pelaku UMKM memiliki dorongan dan semangat yang baik dalam menjalankan dan mengembangkan usaha mereka dengan tingkat motivasi yang relatif tinggi untuk keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis.

d. Variabel Kinerja UMKM (Y)

Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang dicapai secara keseluruhan dibandingkan dengan hasil kerja, target, sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama pada sebuah identitas usaha dengan kriteria aset dan omzet yang telah ditentukan. Hasil jawaban responden mengenai

pernyataan keusioner pada variabel Kinerja UMKM (Y) dapat dilihat pada tabel 4.11 sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kinerja UMKM

SEBARAN KUESIONER													
PERNYATAAN	SS		S		N		TS		STS		TOTAL		
	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	RATA-RATA
Bisnis kami mengalami peningkatan penjualan 3 tahun terakhir (Y.1)	29	145	56	224	6	18	2	4	0	0	93	391	4,21
Saya meningkatkan modal dalam bisnis saya (Y.2)	25	125	57	228	9	27	2	4	0	0	93	384	4,13
Karyawan dalam bisnis kami semakin bertambah (Y.3)	20	100	60	240	9	27	3	6	1	1	93	374	4,03
Bisnis Mengalami peningkatan keuntungan 3 tahun terakhir (Y.4)	18	90	61	244	9	27	4	8	1	1	93	370	3,97
SKOR RATA-RATA VARIABEL Y													4,09

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.11 di atas tentang deskripsi Kinerja UMKM pada item pernyataan pertama “Bisnis kami mengalami peningkatan penjualan 3 tahun terakhir” dengan nilai rata-rata yang sama sebesar 4,21, angka ini memiliki penafsiran sangat baik. Artinya usaha pelaku berhasil meningkatkan penjualan nya dalam 3 tahun terakhir. Hal ini menandakan bahwa usaha tersebut berhasil untuk berkembang. Hasilnya pertanyaan pertama menunjukkan sebanyak 29 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 56 kriteria responden menyatakan setuju, 6 kriteria responden menyatakan netral, dan 2 responden yang menyatakan tidak setuju.

Pada item pernyataan yang kedua bahwa, “Saya meningkatkan modal dalam bisnis saya” dengan nilai rata-rata sebesar 4,13, angka ini memiliki penafsiran baik. Artinya pelaku UMKM tersebut mampu meningkatkan modal usahanya seiring dengan perkembangan bisnisnya. Hasilnya menunjukkan sebanyak 25 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 57 kriteria responden menyatakan setuju, 9 kriteria responden menyatakan netral, 2 kriteria responden yang menyatakan tidak setuju.

Pada item pernyataan yang ketiga bahwa, “Karyawan dalam bisnis kami semakin bertambah” dengan nilai rata-rata sebesar 4,13, angka ini memiliki penafsiran baik. Artinya dengan berkembangnya usaha tersebut maka jumlah karyawan juga semakin bertambah. Hasilnya menunjukkan sebanyak 20 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 60 kriteria responden menyatakan setuju, 9 kriteria responden menyatakan netral, 3 kriteria responden yang menyatakan tidak setuju dan 1 kriteria responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang keempat bahwa, “bisnis mengalami peningkatan keuntungan 3 tahun terakhir” dengan nilai rata-rata sebesar 3,97 angka ini memiliki penafsiran baik. Artinya pelaku UMKM tersebut berhasil meningkatkan keuntungan usahanya selama 3 tahun terakhir. Hal ini menandakan bahwa UMKM tersebut berhasil berkembang. Hasilnya menunjukkan sebanyak 18 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 61

kriteria responden menyatakan setuju, 9 kriteria responden menyatakan netral, 4 kriteria responden yang menyatakan tidak setuju dan 1 kriteria responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dari itu diperoleh nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item pertama sebesar 4,21. Artinya para pelaku UMKM sudah bisa mencapai omset selama 3 tahun terakhir sehingga usaha tersebut bisa berkembang secara maksimal. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada item keempat sebesar 3,97 yaitu menandakan para pelaku UMKM harus mempertahankan kinerjanya untuk bersaing antara pelaku UMKM lainnya sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan semakin tinggi. Dan total rata-rata dari keempat item sebesar 4,09, angka ini memiliki penafsiran baik. Artinya hal ini menandakan bahwa kinerja UMKM masih berpengaruh tinggi terhadap perkembangan usaha. Dengan peningkatan usaha dalam 3 tahun terakhir dan bertambahnya karyawan, maka kinerja pelaku UMKM tersebut bisa dikatakan sudah baik.

e. Variabel Perilaku Inovasi (Z)

Perilaku Inovasi adalah suatu intensi untuk menciptakan, memperkenalkan, dan mengaplikasikan ide baru dalam kelompok dan organisasi yang dimaksudkan untuk mengoptimalkan kinerja kelompok dan organisasi. Hasil jawaban responden mengenai

pernyataan keusioner pada variabel Perilaku Inovasi (Z) dapat dilihat pada tabel 4.12 sebagai berikut

Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden Variabel Perilaku Inovasi

SEBARAN KUESIONER													
PERNYATAAN	SS		S		N		TS		STS		TOTAL		
	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	RATA-RATA
Saya bisa melihat peluang dalam bisnis saya (Z.1)	37	185	54	216	0	0	2	4	0	0	93	405	4,35
Saya memiliki ide untuk mengembangkan bisnis saya (Z.2)	31	155	55	220	4	12	3	6	0	0	93	393	4,23
Saya mempertahankan bisnis saya (Z.3)	31	155	59	236	2	6	1	2	0	0	93	399	4,30
Saya menjalankan bisnis dengan sungguh sungguh (Z.4)	29	145	57	228	4	12	2	4	1	2	93	391	4,21
SKOR RATA-RATA VARIABEL Z													4,28

Sumber : Data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.12 di atas tentang deskripsi perilaku inovasi pada item pernyataan pertama “Saya bisa melihat peluang dalam bisnis saya “ memiliki nilai rata-rata yang sangat sebesar 4,35, angka ini memiliki penafsiran sangat baik. Artinya mayoritas pelaku UMKM memiliki kemampuan yang sangat baik dalam mengidentifikasi peluang bisnis.dengan memiliki kepercayaan diri yang tinggi diantara pelaku UMKM lainnya. Hasil pertanyaan pertama menunjukkan sebanyak 37 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 54 kriteria responden menyatakan setuju, dan 2 responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan kedua “Saya memiliki ide untuk mengembangkan bisnis saya “ memiliki nilai rata-rata yang sangat

sebesar 4,23, angka ini memiliki penafsiran sangat baik. Artinya pelaku UMKM memiliki kepercayaan diri dan kemampuan yang sangat baik dalam menghasilkan ide-ide untuk pengembangan bisnis, yang merupakan aspek kunci dalam inovasi dan kesuksesan jangka panjang. Hasilnya pertanyaan pertama menunjukkan sebanyak 31 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 56 kriteria responden menyatakan setuju, 4 kriteria responden yang menyatakan netral dan 3 responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan ketiga “Saya mempertahankan bisnis saya” memiliki nilai rata-rata yang sangat sebesar 4,30, angka ini memiliki penafsiran sangat baik. Artinya pelaku UMKM mampu mempertahankan usahanya seiring banyaknya pesaing dalam bisnis tersebut. Hasilnya pertanyaan pertama menunjukkan sebanyak 31 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 59 kriteria responden menyatakan setuju, 2 kriteria responden yang menyatakan netral dan 1 responden yang menyatakan tidak setuju.

Pada item pernyataan keempat “Saya menjalankan bisnis dengan sungguh sungguh “ memiliki nilai rata-rata yang sangat sebesar 4,21, angka ini memiliki penafsiran sangat baik. pelaku UMKM mampu mengembangkan usahanya dengan sungguh-sungguh sehingga menyebabkan perkembangan yang sangat signifikan. Hasilnya pertanyaan pertama menunjukkan sebanyak 29 kriteria responden menyatakan sangat setuju, 57 kriteria responden

menyatakan setuju, 4 kriteria responden yang menyatakan netral, 2 kriteria responden yang menyatakan tidak setuju dan 2 kriteria responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dari itu diperoleh nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item pertama sebesar 4,35. Artinya pelaku UMKM tersebut mampu melihat peluang dalam usahanya seiring dengan perkembangan saat ini. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada item keempat sebesar 4,21 yaitu pelaku UMKM mampu mengembangkan usahanya dengan sungguh-sungguh dan melakukan inovasi-inovasi terhadap usaha yang dijalankan sehingga menyebabkan perkembangan yang sangat signifikan. Dan total rata-rata dari keempat item sebesar 4,28, angka ini memiliki penafsiran baik. Artinya dengan nilai rata-rata demikian, maka itu menandakan bahwa perilaku inovasi masih sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha UMKM. Hal ini diterangkan pada pernyataan" tersebut dalam melihat peluang, mempertahankan bisnis, pengembangan ide, dan sungguh-sungguh dalam menjalankan bisnis.

4.4 Uji Instrumen

4.4.1 Uji Validitas

Validitas digunakan untuk menghitung korelasi antara setiap skor instrumen dengan skor total untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan program komputer

yaitu PLS dengan asumsi valid apabila angka $>0,05$ dan apabila angka $<0,05$ tidak valid. Berikut merupakan hasil pengujiannya:

Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas

Variabel	Kompetensi	Karakter Entrepreneur	Motivasi Berwirausaha	Kinerja UMKM	Perilaku Inovasi
X1.1	0.904				
X1.2	0.856				
X1.3	0.900				
X2.1		0.794			
X2.2		0.848			
X2.3		0.890			
X2.4		0.846			
X2.5		0.790			
X3.1			0.728		
X3.2			0.906		
X3.3			0.884		
X3.4			0.833		
X3.5			0.865		
X3.6			0.835		
X3.7			0.897		
X3.8			0.884		
Y1				0.904	
Y2				0.872	
Y3				0.778	
Y4				0.823	
Z1					0.910
Z2					0.824
Z3					0.874
Z4					0.797

Sumber : data diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.12 di atas menunjukkan semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini mempunyai nilai r hitung yang lebih besar daripada nilai r tabel. Untuk sampel sebanyak 93 responden dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5% maka di peroleh r tabel sebesar 0,196. Berdasarkan hasil uji validitas tersebut maka semua indikator pengukuran dalam kuesioner adalah valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur apakah suatu instrumen penelitian dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data. Uji reliabilitas yang ada dalam penelitian menggunakan *Kolmogrov Smirnov* dengan menggunakan asumsi bila nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60 maka instrumen penelitian tersebut dapat dikatakan andal atau reliabel untuk digunakan. Berikut merupakan hasil dari pengujian *Kolmogrov Smirnov*:

Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas

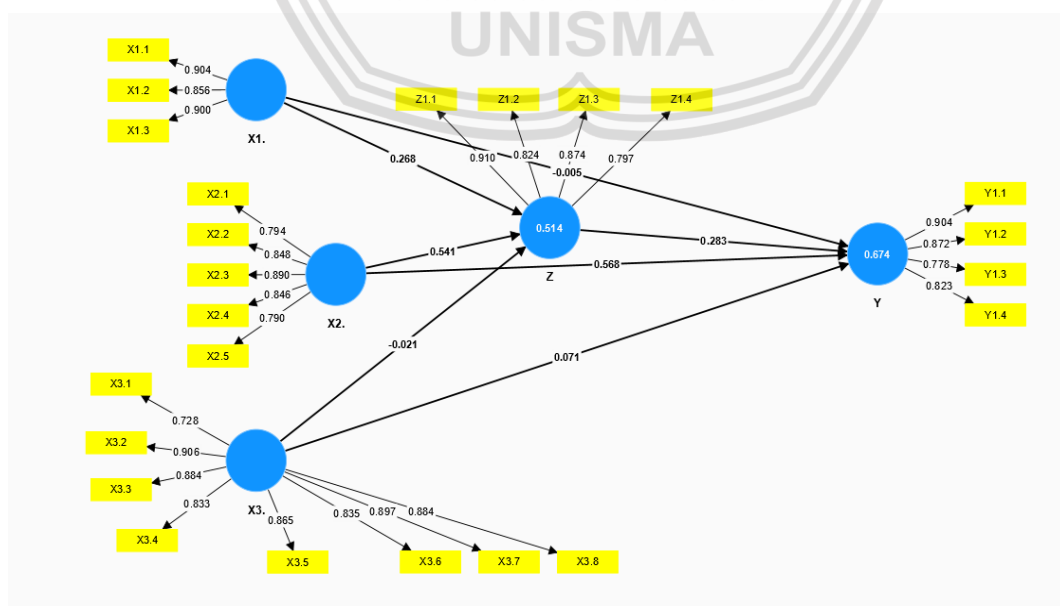
Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kompetensi	0.864	Reliable
Karakter Entrepreneur	0.890	Reliable
Motivasi Berwirausaha	0.947	Reliable
Kinerja UMKM	0.867	Reliable
Perilaku Inovasi	0.874	Reliable

Sumber : data diolah 2024

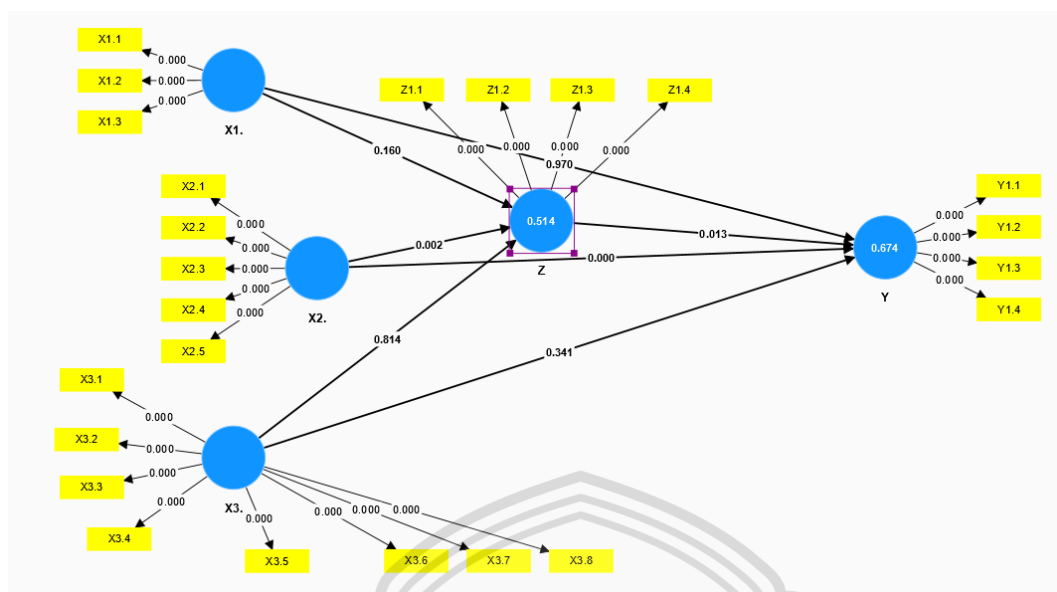
Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa variabel Kompetensi memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar $0,864 > 0,6$. Variabel Karakter Entrepreneur memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar $0,890 > 0,6$. Variabel Motivasi Berwirausaha memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar $0,947 > 0,6$. Variabel Kinerja UMKM memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar $0,867 > 0,6$. Variabel Perilaku Inovasi memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar $0,874 > 0,6$. Oleh karena itu, semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,6 maka dapat dikatakan instrumen penelitian reliabel.

4.4.3 Skema Model *Partial Least Square* (PLS)

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan Teknik 3.0. berikut ini adalah skema model program PLS yang diujikan:



Gambar 4. 1 Outer Model 1



Gambar 4. 2 Outer Model 2

Analisis data pada penelitian ini menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen serta variabel mediasi. Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode *Partial Least Square* (PLS). *Partial Least Square* adalah metode penyelesaian *Structural Equation Modelling* (SEM). Penelitian dengan judul Analisis Perilaku Inovasi Sebagai Mediator Dalam Peningkatan Kinerja UMKM . Dalam menganalisis data penelitian menggunakan analisis SEM dengan aplikasi smartPLS 3.0. Langkah-langkah dalam menganalisis data sebagai berikut:

1. Evaluasi Model Struktur (Outer Model)

Pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan PLS (Partial Least Square) dimana variabel dependen adalah Kinerja UMKM, sedangkan variabel independen adalah Kompetensi, Karakter Entrepreneur, Motivasi Berwirausaha

dan variabel mediasi adalah Perilaku Inovasi. Pengujian data dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh independent terhadap Kinerja UMKM.

a. Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen dalam evaluasi model pengukuran dapat dilihat dari nilai *loading factor* pada *path model*. Instrumen penelitian dapat dikatakan valid apabila memiliki nilai *loading factor* diatas 0.6. Hasil pengujian validitas konvergen pada penelitian ini disajikan dalam tabel 4.14 berikut :

Tabel 4. 15 Output Result for Outer Loadings

Item	Outer Loadings	Keterangan
X1.1	0.904	Valid
X1.2	0.856	Valid
X1.3	0.900	Valid
X2.1	0.794	Valid
X2.2	0.848	Valid
X2.3	0.890	Valid
X2.4	0.846	Valid
X2.5	0.790	Valid
X3.1	0.728	Valid
X3.2	0.906	Valid
X3.3	0.884	Valid
X3.4	0.833	Valid
X3.5	0.865	Valid
X3.6	0.835	Valid
X3.7	0.897	Valid
X3.8	0.884	Valid
Y1	0.904	Valid
Y2	0.872	Valid
Y3	0.778	Valid

Y4	0.823	Valid
Z1	0.910	Valid
Z2	0.824	Valid
Z3	0.874	Valid
Z4	0.797	Valid

Sumber: Output data primer di olah 2024

Hasil uji validitas konvergen pada tabel 4.14 menunjukkan bahwa seluruh item yang mengukur variabel penelitian memiliki nilai *loading factor* diatas 0.6 dan menunjukkan bahwa semua item instrumen dikatakan valid dalam mengukur variabel penelitian.

b. Discriminant Validity

Pada bagian ini akan diuraikan hasil uji discriminant validity. Uji discriminant validity menggunakan nilai cross loading dan metode lain yang bisa digunakan untuk menilai validitas diskriminan yaitu berdasarkan *Fornel Larcker criterion* dan nilai indikator *loading* dan *cross loading*. Proses perhitungan *Fornel-Larcker criterion* dilakukan dengan membandingkan akar AVE setiap konstruk terhadap korelasi antar satu konstruk lainnya pada model hipotesis penelitian (Ghozali,2008).

Apabila hasil perhitungan *fornel-Larcker Criterion* menunjukkan nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar satu konstruk dengan konstruk lainnya, maka validitas diskriminan dinyatakan baik berdasarkan *fornel-Larcker Criterion* pada model

penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 16 Hasil Uji *Discriminant Validity*

	X1	X2	X3	Y	Z
X1	0.887				
X2	0.563	0.834			
X3	0.186	0.492	0.856		
Y	0.489	0.793	0.433	0.846	
Z	0.569	0.681	0.295	0.688	0.852

Sumber: Data diolah, 2024

Selain memperhatikan hasil perhitungan dari *forne*-
Larcker Criterion, Suatu indikator dinyatakan memenuhi
discriminant validity apabila nilai *cross loading* indikator
pada variabelnya adalah yang terbesar dibandingkan
pada variabel lainnya. Berikut ini adalah nilai *cross*
loading masing-masing indikator:

Tabel 4. 17 Cross Loading

	X1	X2	X3	Y	Z
X1.1	0.904	0.460	0.170	0.430	0.478
X1.2	0.856	0.539	0.108	0.451	0.466
X1.3	0.900	0.500	0.213	0.422	0.564
X2.1	0.572	0.794	0.294	0.700	0.525
X2.2	0.431	0.848	0.413	0.646	0.597
X2.3	0.506	0.890	0.486	0.644	0.645
X2.4	0.458	0.846	0.436	0.657	0.559
X2.5	0.376	0.790	0.423	0.661	0.509
X3.1	0.174	0.373	0.728	0.342	0.256
X3.2	0.121	0.421	0.906	0.392	0.247
X3.3	0.160	0.463	0.884	0.440	0.249
X3.4	0.142	0.421	0.833	0.317	0.192
X3.5	0.164	0.468	0.865	0.431	0.287
X3.6	0.191	0.444	0.835	0.337	0.211
X3.7	0.160	0.388	0.897	0.343	0.279
X3.8	0.164	0.380	0.884	0.332	0.279
Y1	0.552	0.723	0.371	0.904	0.675
Y2	0.474	0.739	0.300	0.872	0.595
Y3	0.219	0.568	0.462	0.778	0.447
Y4	0.367	0.635	0.356	0.823	0.589

Z1	0.551	0.574	0.276	0.535	0.910
Z2	0.480	0.505	0.155	0.523	0.824
Z3	0.449	0.567	0.316	0.543	0.874
Z4	0.455	0.651	0.249	0.711	0.797

Sumber : data diolah 2024

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing indikator pada variabel penelitian memiliki nilai cross loading terbesar pada variabel yang dibentuknya dibandingkan dengan nilai cross loading pada variabel lainnya. Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut, dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memiliki discriminant validity yang baik dalam menyusun variabelnya masing-masing.

c. Composite Reliability

Composite reliability merupakan bagian yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi *composite reliability* apabila memiliki *composite reliability* $> 0,7$. Berikut ini adalah nilai composite reliability dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini :

Tabel 4. 18 Nilai Composite Reliability

Variabel	Composite reliability
Kompetensi	0.917
Karakter Entrepreneur	0.919
Motivasi Berwirausaha	0.956
Kinerja UMKM	0.909
Perilaku Inovasi	0.914

Sumber : data diolah 2024

Berdasarkan data pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai composite reliability semua variabel penelitian $>0,7$. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi composite reliability sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

d. *Average Variance Extracted (AVE)*

Average variance extracted (AVE) merupakan bagian yang digunakan untuk menguji nilai pada Discriminant validity pada suatu variabel. Nilai AVE bisa dikatakan baik apabila nilainya $>0,5$. Berikut ini adalah nilai Average Variance Extracted (AVE) dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 4. 19 Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE
Kompetensi	0.787
Karakter Entrepreneur	0.696
Motivasi Berwirausaha	0.732
Kinerja UMKM	0.715
Perilaku Inovasi	0.727

Sumber : data diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai AVE dari variabel tersebut $>0,5$. Artinya, semua variabel tersebut memiliki model yang baik dalam *discriminant validity*.

e. *Cronbach Alpha*

Ujian reliabilitas dengan composite reliability di atas dapat memperkuat dengan menggunakan nilai Cronbach alpha. Suatu variabel dapat di nyatakan reliabel atau memenuhi Cronbach alpha apabila memiliki nilai Cronbach alpha $>0,6$. Berikut ini adalah nilai Cronbach alpha dari masing-masing variabel:

Tabel 4. 20 Cronbach Alpha

Variabel	Cronbach alpha
Kompetensi	0.864
Karakter Entrepreneur	0.890
Motivasi Berwirausaha	0.947
Kinerja UMKM	0.867
Perilaku Inovasi	0.874

Sumber : data diolah 2024

Berdasarkan data tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai cronbach alpha dari masing-masing variabel penelitian $>0,6$. Dengan demikian hasil ini dapat menunjukkan bahwa masing- masing variabel penelitian telah memenuhi syarat cronbach alpha, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

2. Evaluasi Model Struktur (*Inner Model*)

Pengujian inner model dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan R-square dari model penelitian

a). Goodness of Fit Model

Goodness of Fit Model merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel endogen mampu menjelaskan keragaman pada variabel eksogen. Melalui model ini akan diketahui besarnya kontribusi variabel eksogen terhadap variabel endogen. *Goodness of Fit* pada analisis PLS dapat dicari dengan menggunakan *Q-Square predictive relevance* (Q^2). Q^2 merupakan indikator untuk mengukur relevansi prediktif dari model.

Ketika PLS-SEM menunjukkan relevansi prediktif maka Q^2 akan memprediksi titik data indikator dalam model pengukuran reflektif sebuah konstruk endogen. Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan bukti bahwa nilai-nilai yang diobservasi sudah direkonstruksi dengan baik sehingga model mempunyai relevansi prediktif. Nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan tidak adanya relevansi prediktif. Dapat disimpulkan bahwa nilai Q^2 yang mendekati

satu menyatakan semakin baiknya sebuah hubungan.

Tabel 4. 21 Hasil uji R Square

Model	R Square	R Square Adjusted
Perilaku Inovasi (Z)	0.514	0.498
Kinerja UMKM (Y)	0.674	0.659

Sumber: Output data primer diolah 2024

Berdasarkan data tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai R-square untuk variabel perilaku inovasi adalah 0,514. Perolehan nilai tersebut menjelaskan bahwa presentase besarnya perilaku inovasi dapat dijelaskan oleh kompetensi, karakter enterprenuer dan motivasi berwirausaha sebesar 51,4%. Kemudian untuk nilai R-square yang diperoleh variabel kinerja UMKM sebesar 0,674 nilai tersebut menjelaskan bahwa kinerja dapat dijelaskan oleh kompetensi, karakter enterprenuer, motivasi berwirausaha, dan perilaku inovasi sebesar 67,4%.

Pada pengujian *goodness of fit model* struktural pada inner model menggunakan nilai *Q-square predictive-relevance* (Q^2). Nilai *R-square* masing-masing variabel endogen dalam penelitian ini variabel Perilaku Inovasi diperoleh *R-square* sebesar 0.514 dan untuk variabel Kinerja UMKM diperoleh *R-square* sebesar 0.674.

Nilai *Q-square predictive-relevance* diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - 0.514) (1 - 0.674)$$

$$Q^2 = 1 - (0.486) (0.326)$$

$$Q^2 = 1 - (0.158)$$

$$Q^2 = 0,842$$

$$Q^2 = 84,2\% \text{ (persen)}$$

Pada rumus diatas dapat diketahui bahwa nilai *predictive-relevance* 80,4% maka model pada penelitian ini dapat disimpulkan layak. Selanjutnya nilai *predictive-relevance* 84,2 % menunjukkan adanya variasi data pada penelitian. Sedangkan sisanya 15,8 % dijelaskan oleh variabel lain (yang belum terkandung dalam model) dan error. Hasil ini dikatakan bahwa model PLS yang terbentuk sudah baik, karena dapat menjelaskan 84,2% dari informasi secara keseluruhan.

4.5 Pengujian Hipotesis (*Path Coefficient*)

Pengujian hipotesis pada penelitian ini terdiri dari dua bagian, yaitu pengujian hipotesis langsung dan pengujian hipotesis tidak langsung. Seluruh pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *t-test* untuk masing-masing pengaruh, baik pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi.

Hasil pengujian hipotesis akan dibahas berturut-turut mulai dari pengaruh langsung sampai dengan tidak langsung sebagai berikut :

4.5.1 Hipotesis Pengaruh Langsung Antar Variabel

Dalam pengujian hipotesis pengaruh langsung dalam penelitian ini mengacu pada Nilai probabiliti (p-value) dengan alpha 5% adalah kurang dari 0,05 dan nilai t-tabel dengan alpha 5% adalah 1,96. Sehingga hipotesis diterima jika t statistik > 1,96 dan p -value < 0,05, sedangkan hipotesis ditolak jika t- statistik < 1,96 dan p value > 0,05.

Tabel 4. 22 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung

	Analisis Jalur	Original Sample	t- statistik	P Value
H₁	Kompetensi → Perilaku Inovasi	0.268	1.405	0.160
H₂	Karakter Entrepreneur → Perilaku Inovasi	0.541	3.096	0.002
H₃	Motivasi Berwirausaha → Perilaku Inovasi	- 0.021	0.236	0.814
H₄	Kompetensi → Kinerja UMKM	0.071	0.493	0.622
H₅	Karakter Entrepreneur → Kinerja UMKM	0.721	5.640	0.000
H₆	Motivasi Berwirausaha → Kinerja UMKM	0.065	0.867	0.386
H₇	Perilaku Inovasi → Kinerja UMKM	0.283	2.480	0.013

Sumber: Data diolah, 2024

Dari tabel diatas dapat diambil beberapa penjelasan, yaitu:

1. Hipotesis pertama Pengaruh Kompetensi Terhadap Variabel Perilaku Inovasi. Dilihat dari tabel 4.12 dapat diketahui bahwa

nilai t-statistik untuk pengaruh Kompetensi Terhadap Variabel Perilaku Inovasi adalah $1,405 < 1,96$ dan untuk nilai P values nya ialah $0,160 > 0,05$ yang artinya Kompetensi tidak berpengaruh terhadap Perilaku Inovasi yang artinya hipotesis ditolak.

H1 : Kompetensi Berpengaruh Positif dan tidak signifikan Terhadap Perilaku Inovasi Pada UMKM Kota Malang

2. Hipotesis kedua Pengaruh Karakter Entrepreneur Terhadap Perilaku Inovasi. Dari tabel 4.12 diketahui bahwa nilai t-statistik untuk pengaruh Karakter Entrepreneur terhadap Perilaku Inovasi ialah $3,096 > 1,96$ dan untuk nilai P-values nya ialah $0,002 < 0,05$ yang artinya Karakter Entrepreneur berpengaruh terhadap Perilaku Inovasi, artinya hipotesis diterima.

H2 : Karakter Entrepreneur Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Perilaku Inovasi Pada UMKM Kota Malang

3. Hipotesis ketiga pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Perilaku Inovasi. Berdasarkan tabel output 4.14 nilai t-statistik untuk pengaruh variabel Motivasi Berwirausaha terhadap variabel Kinerja UMKM ialah $0,236 < 1,96$ sedangkan untuk nilai P values nya ialah $0,814 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama terbukti maknanya Motivasi Berwirausaha tidak berpengaruh terhadap Perilaku Inovasi yang artinya hipotesis ditolak.

H3 : Motivasi Berwirausaha Berpengaruh Positif dan tidak signifikan Terhadap Perilaku Inovasi Pada UMKM Kota Malang

4. Hipotesis keempat pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja UMKM. Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai t-statistik untuk pengaruh Kompetensi terhadap Kinerja UMKM ialah $0,493 < 1,96$ dan untuk nilai P values nya ialah $0,622 > 0,05$. Dari hasil ini dapat ditarik kesimpulan bahwa Kompetensi tidak berpengaruh terhadap Kinerja UMKM. artinya hipotesis ditolak.

H4 : Kompetensi Berpengaruh Positif dan tidak signifikan Terhadap Kinerja UMKM Pada UMKM Kota Malang

5. Hipotesis kelima Pengaruh Karakter *Entrepreneur* Terhadap Kinerja UMKM. Dari tabel 4.12 diketahui bahwa nilai t-statistik untuk pengaruh Karakter *Entrepreneur* terhadap Kinerja UMKM ialah $5,640 > 1,96$ dan untuk nilai P-values nya ialah $0,000 < 0,05$ yang artinya Karakter *Entrepreneur* berpengaruh terhadap Kinerja UMKM, artinya hipotesis kelima diterima.

H5 : Karakter *Entrepreneur* Berpengaruh Positif dan Siginifkan Terhadap Kinerja UMKM Pada UMKM Kota Malang

6. Hipotesis keenam Pengaruh Motivasi Berwirausaha Terhadap Kinerja UMKM. Dari tabel 4.12 diketahui bahwa nilai t-statistik untuk pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Kinerja UMKM

ialah $0,867 < 1,96$ dan untuk nilai P-values nya ialah $0,386 > 0,05$ yang artinya Motivasi Berwirausaha tidak berpengaruh terhadap Kinerja UMKM, artinya hipotesis keenam ditolak.

H6 : Motivasi Berwirausaha Berpengaruh Positif dan tidak signifikan Terhadap Kinerja UMKM Pada UMKM Kota Malang

7. Hipotesis ketujuh Pengaruh Perilaku Inovasi Terhadap Kinerja UMKM. Dari tabel 4.12 diketahui bahwa nilai t-statistik untuk pengaruh Perilaku Inovasi terhadap Kinerja UMKM ialah $2,840 > 1,96$ dan untuk nilai P-values nya ialah $0,013 < 0,05$ yang artinya Perilaku Inovasi berpengaruh terhadap Kinerja UMKM, artinya hipotesis ketujuh diterima.

H7 : Perilaku Inovasi Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kinerja UMKM Pada UMKM Kota Malang

4.5.2 Hipotesis Pengujian Pengaruh Tidak Langsung

Pengujian pengaruh tidak langsung pada variabel Kompetensi, Karakter *Entrepreneur* Dan Motivasi Berwirausaha Dimediasi Oleh Perilaku Inovasi Terhadap Kinerja UMKM sebagai dapat dilihat pada output parameter signifikansi pada tabel *specific indirect effect*. Dalam pengujian hipotesis pengaruh tidak langsung dalam penelitian ini hanya menggunakan nilai probabiliti (p-value) dengan alpha 5% adalah kurang dari 0,05 Sehingga hipotesis diterima jika p - value $< 0,05$, sedangkan hipotesis ditolak jika p value $> 0,05$.

Hasil uji efek mediasi menggunakan metode *bootstrapping* PLS dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 23 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung

	Analisis Jalur	Original Sample	t- statistik	P Value
H₈	<i>Kompetensi</i> → Perilaku Inovasi → Kinerja UMKM	0.076	1.440	0.150
H₉	Karakter Entrepreneur → Perilaku Inovasi → Kinerja UMKM	0.153	1.744	0.081
H₁₀	Motivasi Berwirausaha → Perilaku Inovasi → Kinerja UMKM	-0.006	0.226	0.821

Sumber: Data diolah, 2024

Melihat dari hasil output pada tabel diatas dapat diketahuibahwa :

1. Nilai t-statistik untuk pengaruh variabel Kompetensi terhadap variabel Kinerja UMKM melalui variabel Perilaku Inovasi memiliki nilai t-statistik ialah sebesar $1,440 < 1,96$ dan nilai P values ialah sebesar $0,150 > 0,05$, hal ini menjelaskan hipotesis bahwa variabel Kompetensi terhadap Kinerja UMKM melalui Perilaku Inovasi ditolak.

H₈ : Kompetensi Berpengaruh Positif dan Tidak signifikan Terhadap Kinerja UMKM Melalui Perilaku Inovasi Sebagai Variabel Intervening Pada UMKM Kota Malang

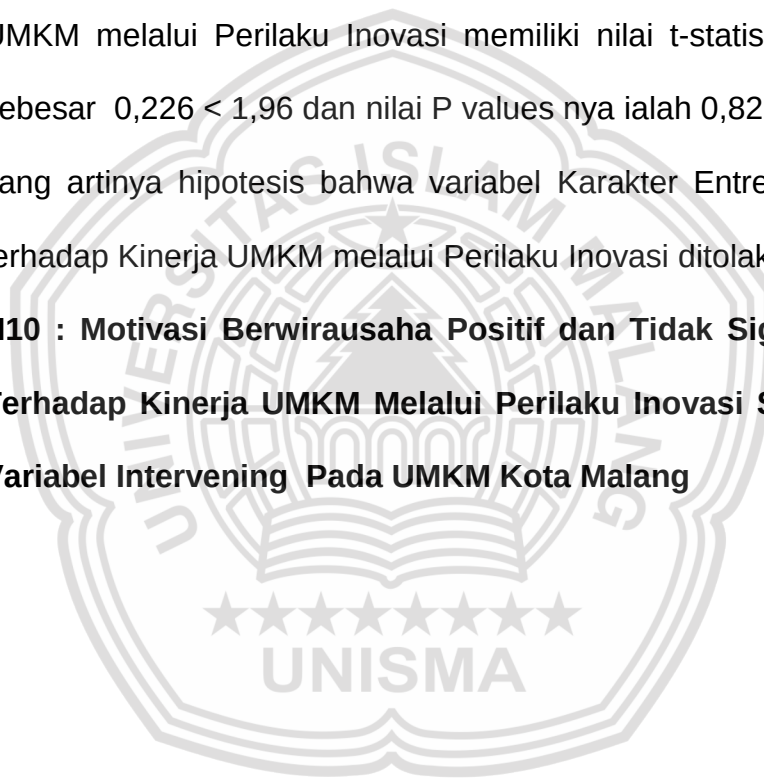
2. Pengaruh variabel Karakter Entrepreneur terhadap Kinerja UMKM melalui Perilaku Inovasi memiliki nilai t-statistik ialah sebesar $1,744 < 1,96$ dan nilai P values nya ialah $0,081 > 0,05$

yang artinya hipotesis bahwa variabel Karakter Entrepreneur terhadap Kinerja UMKM melalui Perilaku Inovasi ditolak.

H9 : Karakter Entrepreneur Berpengaruh Positif dan Tidak Signifikan Terhadap Kinerja UMKM Melalui Perilaku Inovasi Sebagai Variabel Intervening Pada UMKM Kota Malang

3. Pengaruh variabel Motivasi Berwirausaha terhadap Kinerja UMKM melalui Perilaku Inovasi memiliki nilai t-statistik ialah sebesar $0,226 < 1,96$ dan nilai P values nya ialah $0,821 > 0,05$ yang artinya hipotesis bahwa variabel Karakter Entrepreneur terhadap Kinerja UMKM melalui Perilaku Inovasi ditolak.

H10 : Motivasi Berwirausaha Positif dan Tidak Signifikan Terhadap Kinerja UMKM Melalui Perilaku Inovasi Sebagai Variabel Intervening Pada UMKM Kota Malang



BAB V

PEMBAHASAN

1.1 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis langsung dan tidak langsung yang sebelumnya telah disajikan dalam tabel 4.21 dan tabel 4.22 akan dijelaskan lebih lanjut dalam sub-sub bab berikut ini:

5.1.1 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Langsung

1) Pengaruh Kompetensi Terhadap Perilaku Inovasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama ditolak yaitu secara parsial variabel Kompetensi berpengaruh tidak signifikan terhadap Perilaku Inovasi pada UMKM Kota Malang. Hipotesis yang ditolak menandakan bahwa Kompetensi yang dimiliki pelaku UMKM Kota Malang tidak mampu mengembangkan UMKM dan berpengaruh secara tidak signifikan terhadap perilaku inovasi pelaku UMKM. Maka semakin baik Kompetensi yang dimiliki pelaku UMKM tidak dapat meningkatkan Perilaku Inovasi pada UMKM Kota Malang. Hal ini berarti bahwa kompetensi tidak dapat meningkatkan Perilaku Inovasi dan perlu mendorong mereka untuk mengembangkan UMKM di masa depan.

Dilihat dari wawancara dengan informan, bahwa ada beberapa alasan mengapa hasilnya tidak signifikan, antara lain:

- a) Mereka percaya bahwa inovasi adalah hal yang berisiko tinggi dan tidak ada jaminan keberhasilan, sehingga mereka memilih untuk tidak mengambil risiko.
- b) Fokus utama mereka adalah operasional sehari-hari dan kelangsungan pasar, sehingga tidak ada waktu atau sumber daya yang dialokasikan untuk inovasi.
- c) Pengalaman buruk mengenai upaya inovasi di masa lalu membuat mereka skeptis terhadap manfaat inovasi, meskipun mereka memiliki kemampuan yang diperlukan. Sulkan,dkk (2024)

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arnold Jayendra,dkk (2023) yang menjelaskan bahwa Kompetensi memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Inovasi. Meskipun kompetensi merupakan elemen penting, faktor-faktor lain seperti budaya inovasi, dukungan eksternal, dan akses ke teknologi serta pasar sering kali lebih dominan dalam mendorong perilaku inovasi. Untuk meningkatkan perilaku inovasi, penting bagi berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah dan komunitas bisnis, untuk menciptakan ekosistem yang mendukung dan memberikan insentif yang jelas bagi UMKM untuk berinovasi.

2) Pengaruh Karakter Entrepreneur Terhadap Perilaku

Inovasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima yaitu secara parsial variabel Karakter Entrepreneur berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Inovasi pada UMKM Kota Malang. Hasilnya menunjukkan bahwa karakter yang lebih kuat berkorelasi positif dengan tingkat Perilaku Inovasi. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM Kota Malang mampu membangun karakter yang baik sehingga perilaku inovasi pada UMKM Kota Malang selalu meningkat.

Penelitian ini menyoroti pentingnya pengembangan karakter kewirausahaan untuk mendorong perilaku inovatif. Organisasi atau bisnis yang ingin meningkatkan inovasi harus mempertimbangkan pengembangan strategi untuk mengembangkan dan memperkuat karakteristik ini pada karyawan dan pemimpinnya. Pengusaha yang berani mengambil risiko berhubungan positif dengan perilaku inovatif. Milikilah keberanian untuk mencoba hal-hal baru dan menghadapinya. Hal ini mendorong mereka untuk melakukan inovasi produk, layanan atau model bisnis yang sesuai dengan peluang tersebut. Pada saat yang sama, motivasi juga ditemukan memiliki dampak signifikan terhadap perilaku inovatif. Pengusaha proaktif cenderung lebih peka terhadap perubahan lingkungan dan lebih cepat mengidentifikasi dan

memanfaatkan peluang baru. Karakter entrepreneur yang kuat, seperti proaktif, berani mengambil risiko, berorientasi pada peluang, dan memiliki motivasi yang tinggi, sangat penting dalam mendorong perilaku inovasi. Entrepreneur yang memiliki karakteristik tersebut cenderung lebih terbuka terhadap ide-ide baru dan lebih berani untuk mengimplementasikan inovasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arnold Jayendra,dkk (2023), dan Prayoga Ivan & Nurlaily (2022) menjelaskan bahwa Karakter berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap perilaku inovasi. Oleh karena itu, upaya untuk mengembangkan karakter-karakter ini harus menjadi bagian integral dari strategi bisnis yang berfokus pada inovasi dan pertumbuhan. Investasi dalam pengembangan karakter entrepreneur diharapkan dapat membawa dampak positif terhadap kemampuan organisasi untuk berinovasi dan beradaptasi dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

3) Pengaruh Motivasi Berwirausaha Terhadap Perilaku Inovasi

Hasil penelitian ini menunjukkan hipotesis ketiga ditolak yaitu bahwa secara parsial variabel motivasi berwirausaha berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku inovasi pada UMKM Kota Malang. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi

berwirausaha belum mampu menjadi pendorong utama bagi perilaku inovasi pada UMKM di Kota Malang.

Dari hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan bahwa yang menyebabkan tidak signifikan adalah :Banyak UMKM di kota Malang menghadapi keterbatasan sumber daya, seperti modal, teknologi, dan akses informasi. Meskipun para pelaku usaha memiliki motivasi tinggi, keterbatasan ini dapat menghambat kemampuan mereka untuk berinovasi. Di beberapa komunitas UMKM, terdapat budaya bisnis yang lebih konservatif dan kurang mendukung perubahan atau inovasi. Pelaku usaha lebih nyaman dengan metode yang sudah dikenal dan terbukti berhasil daripada mengambil risiko dengan inovasi baru. Selain itu Hambatan regulasi dan birokrasi juga bisa menjadi faktor yang menghambat inovasi. UMKM mungkin harus berurusan dengan berbagai izin dan persyaratan hukum yang kompleks, yang bisa mengurangi semangat dan kemampuan mereka untuk berinovasi. dan juga Pasar yang terbatas dan kurangnya permintaan untuk produk inovatif juga bisa mempengaruhi perilaku inovasi. Jika pelaku UMKM merasa bahwa pasar tidak siap atau tidak tertarik pada inovasi, mereka akan lebih fokus pada produk yang sudah ada dan terbukti laku di pasaran. Sulkan,dkk (2024)

Pada penelitian ini belum menemukan hasil penelitian sebelumnya yang dipergunakan untuk pembandingan hasil penelitian tersebut. Maka penelitian ini menekankan pentingnya inovasi dalam motivasi agar tercipta tujuan yang dicapai. Untuk mempertahankan Kinerja UMKM, pelaku tersebut harus terus melakukan inovasi dan mengeluarkan ide-ide baru. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan motivasi berwirausaha harus menjadi bagian penting dari strategi pengembangan UMKM.

4) Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja UMKM

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat ditolak yaitu secara parsial variabel Kompetensi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM Kota Malang. Menurut (Srikanth 2020) Tingkat Kompetensi dibutuhkan agar dapat mengetahui Tingkat kinerja yang diharapkan untuk kategori baik atau rata-rata. Penentu Kompetensi yang dibutuhkan tentunya akan dapat dijadikan dasar bagi proses seleksi, suksesi perencanaan, evaluasi kinerja, dan pengembangan Sumber Daya Manusia. Akan tetapi dari hasil penelitian ini diketahui bahwa Kompetensi tidak berpengaruh terhadap Kinerja UMKM. Dimana maksudnya pelaku UMKM Kota Malang ini tidak dapat mengembangkan kompetensi mereka sehingga dampak yang diberikan untuk Kinerja UMKM tersebut semakin lemah.

Dari hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan bahwa:

- a) meskipun mereka memiliki kompetensi, faktor eksternal seperti pasar, persaingan, dan regulasi lebih menentukan kinerja bisnis mereka.
- b) Banyak pemilik UMKM yang lebih fokus pada operasional harian dan penyelesaian masalah langsung daripada pengembangan kompetensi dan penerapannya untuk jangka panjang.
- c) Kompetensi yang mereka miliki tidak selalu sesuai dengan kebutuhan spesifik bisnis mereka. Misalnya, kompetensi teknis mungkin kurang relevan jika bisnis lebih membutuhkan kemampuan manajerial atau pemasaran.
- d) Jika sebelumnya mereka mengikuti pelatihan dan pengembangan kompetensi yang tidak berdampak signifikan pada kinerja, mereka menjadi skeptis terhadap manfaat dari kompetensi tersebut.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dhamayantie and Fauzan 2017), dengan hasil penelitiannya yang signifikan dan positif pada Pengaruh Kompetensi Berwirausaha Terhadap Kinerja UMKM. Meskipun kompetensi adalah elemen penting dalam teori manajemen dan pengembangan usaha, dalam konteks UMKM di Kota Malang, pengaruhnya terhadap kinerja mungkin tidak

signifikan karena dominasi faktor eksternal, keterbatasan akses terhadap sumber daya, kualitas pelatihan, sifat usaha, serta budaya lokal. Untuk meningkatkan kinerja UMKM secara holistik, pendekatan yang lebih integratif dan kontekstual diperlukan, yang mencakup peningkatan akses ke sumber daya, penyediaan pelatihan yang relevan, serta kebijakan pemerintah yang mendukung perkembangan UMKM.

5) Pengaruh Karakter Entrepreneur Terhadap Kinerja UMKM

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kelima diterima yaitu secara parsial variabel karakter entrepreneur berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM Kota Malang. Hal ini bahwa Pelaku UMKM yang memiliki pelanggan yang puas lebih cenderung untuk memiliki Kinerja UMKM yang lebih tinggi dibandingkan dengan Pelaku UMKM yang memiliki pelanggan yang tidak puas. Karakter entrepreneur merupakan konsep yang cukup luas dan dapat diartikan secara berbeda-beda.

Dengan adanya pendapat Menurut (Santamaria-Alvarez, Sarmiento-González, and Arango-Vieira 2019) mengatakan bahwa karakter tersebut meliputi dua elemen penting yaitu karakter demografi (umur dan jenis kelamin), serta latar belakang individu (pendidikan dan pengalaman kerja sebelumnya). Pada kasus ini, Tingkat pendidikan dan pelatihan yang diterima oleh pemilik UMKM di Kota Malang

selalu mendukung penerapan karakter entrepreneur yang efektif. Jika pelatihan yang ada tidak fokus pada pengembangan karakter entrepreneur, maka karakter tersebut tidak akan banyak berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan (Mukoffi and Asa'adi 2021), Huri Mustofa Nur,dkk (2021), dan (Megracia 2021) yang mengatakan bahwa karakter entrepreneur berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Pengaruh karakter entrepreneur terhadap kinerja UMKM di Kota Malang mungkin tidak signifikan karena berbagai faktor eksternal dan internal yang lebih dominan. Kondisi ekonomi lokal, keterbatasan akses terhadap sumber daya, skala usaha, tingkat pendidikan dan pelatihan, budaya bisnis, serta manajemen dan struktur organisasi adalah faktor-faktor yang mungkin lebih berperan dalam menentukan kinerja UMKM. Oleh karena itu, meskipun karakter entrepreneur penting, perlu adanya pendekatan yang lebih holistik dan kontekstual untuk mendukung perkembangan UMKM, yang mencakup peningkatan akses ke sumber daya, pengembangan pelatihan yang relevan, dan kebijakan yang mendukung lingkungan bisnis yang kondusif.

6) Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap kinerja UMKM

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis keenam ditolak yaitu secara parsial variabel Motivasi Berwirausaha berpengaruh tidak signifikan terhadap Kinerja UMKM Kota Malang. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM Kota Malang belum memiliki motivasi yang baik sehingga usaha mereka belum mampu untuk meningkatkan kinerjanya.

Beberapa factor yang menyebabkan tidak signifikan nya penelitian ini yaitu : Kinerja UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh motivasi berwirausaha, tetapi juga oleh banyak faktor lain seperti keterampilan manajemen, akses terhadap modal, inovasi produk, strategi pemasaran, dan kondisi pasar. Ketika faktor-faktor ini tidak optimal, motivasi saja tidak cukup untuk meningkatkan kinerja, Lingkungan ekonomi yang tidak stabil, regulasi yang rumit, dan persaingan yang ketat bisa menjadi hambatan yang signifikan bagi UMKM. Motivasi berwirausaha yang tinggi tidak akan banyak membantu jika kondisi eksternal ini tidak mendukung pertumbuhan bisnis. Factor yang lain seperti Dukungan dari pemerintah, komunitas bisnis, dan jaringan profesional juga berperan penting dalam kinerja UMKM. Jika sistem dukungan ini tidak kuat atau tidak ada, motivasi individu saja mungkin tidak cukup untuk mengatasi berbagai tantangan bisnis. Selain itu Motivasi tinggi perlu disertai dengan strategi bisnis yang efektif. Jika para

wirausahawan tidak memiliki rencana bisnis yang jelas atau tidak dapat menyesuaikan strategi mereka dengan perubahan pasar, maka kinerja bisnis mereka tidak akan optimal.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan (Megracia 2021) yang mengatakan pada penelitiannya bahwa motivasi entrepreneur berpengaruh positif secara simultan dan parsial terhadap kinerja bisnis. Motivasi berwirausaha terhadap kinerja UMKM memberikan cara untuk keberhasilan usaha dalam jangka panjang. Dengan memperkuat motivasi dalam usaha, kedepannya bisa menciptakan kinerja yang lebih baik sehingga perkembangan UMKM akan semakin meningkat pesat.

7) Pengaruh Perilaku Inovasi Terhadap Kinerja UMKM

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis ketujuh diterima yaitu secara parsial variabel Perilaku Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM Kota Malang. Hasilnya menunjukkan bahwa hubungan yang lebih kuat antara perusahaan dan pelanggan berkorelasi positif dengan tingkat Perilaku Inovasi. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM Kota Malang membuat perilaku baik sehingga kinerja UMKM Kota Malang selalu meningkat.

Perilaku inovasi memungkinkan UMKM untuk menciptakan produk atau layanan yang unik dan berbeda dari pesaing. Di Kota Malang, misalnya, UMKM yang berhasil memanfaatkan kearifan lokal dan memadukannya dengan teknologi modern

dapat menarik lebih banyak Konsumen, baik lokal maupun wisatawan. Dengan mengadopsi teknologi baru dan meningkatkan proses produksi, UMKM dapat mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi. Ini penting di pasar yang sangat kompetitif seperti Kota Malang, di mana margin keuntungan bisa tipis. Inovasi memungkinkan UMKM untuk lebih cepat merespons perubahan preferensi konsumen dan tren pasar. Misalnya, selama pandemi COVID-19, banyak UMKM di Malang yang beralih ke penjualan online dan digital marketing untuk tetap bertahan. Inovasi sering kali membuka peluang untuk ekspansi bisnis. UMKM yang berhasil mengembangkan produk baru yang sukses di pasar lokal untuk memperluas pasarnya ke wilayah lain atau bahkan ekspor.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Megracia 2021) yang menjelaskan bahwa motivasi entrepreneur secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kinerja bisnis. Perilaku inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Malang karena memungkinkan peningkatan daya saing, efisiensi operasional, adaptasi terhadap perubahan pasar, diversifikasi produk dan layanan, peningkatan kepuasan pelanggan, akses ke pasar baru, dan pembentukan reputasi positif. Untuk memaksimalkan manfaat dari inovasi, UMKM

perlu didukung oleh ekosistem yang kondusif, termasuk akses ke sumber daya, pelatihan, dan kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan inovasi. Dengan demikian, perilaku inovasi bukan hanya menjadi faktor penentu keberhasilan tetapi juga menjadi pilar penting dalam strategi pengembangan UMKM di Kota Malang.

5.1.2. Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis Tidak Langsung

1) Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja UMKM Melalui Perilaku Inovasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kedelapan ditolak yaitu secara parsial variabel Kompetensi terhadap Kinerja UMKM melalui Perilaku Inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap UMKM Kota Malang. Hal ini disebabkan karena Kompetensi mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang dimiliki oleh pemilik dan karyawan UMKM. Meskipun kompetensi ini penting, dampaknya pada kinerja usaha tidak selalu langsung terlihat. Kompetensi perlu diterjemahkan ke dalam tindakan yang spesifik, seperti inovasi, untuk benar-benar meningkatkan kinerja. Tanpa perilaku inovasi, kompetensi mungkin hanya menjadi potensi yang tidak diaktualisasikan.

Kompetensi seharusnya mendukung perilaku inovatif. Namun, jika keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki tidak dimanfaatkan secara efektif untuk inovasi, maka pengaruh

kompetensi terhadap perilaku inovatif menjadi tidak begitu berarti. Sebagai contoh, seorang pemilik UMKM mungkin memiliki pengetahuan teknis namun kurang memahami cara mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam inovasi yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, diharapkan perilaku inovatif dapat meningkatkan kinerja UMKM melalui pengembangan produk atau layanan baru yang lebih baik. Namun, jika inovasi yang dilakukan tidak sesuai dengan permintaan pasar atau tidak diimplementasikan dengan baik, maka dampaknya terhadap kinerja UMKM juga tidak begitu signifikan. Dalam mengevaluasi hubungan antara kompetensi, perilaku inovatif, dan kinerja, penelitian menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun ada upaya inovatif, kompetensi yang dimiliki tidak cukup kuat untuk menjamin peningkatan kinerja yang signifikan.

Dari hasil wawancara dengan informan dapat disimpulkan bahwa: a) Banyak pengusaha UMKM yang merasa bahwa meskipun mereka termotivasi, keterbatasan sumber daya seperti modal, tenaga kerja, dan akses ke teknologi menghambat kemampuan mereka untuk berinovasi. b) Beberapa responden menyebutkan bahwa mereka tidak memiliki akses yang memadai ke informasi tentang tren pasar atau pelatihan inovasi, sehingga sulit untuk menerjemahkan

motivasi mereka menjadi tindakan inovatif. c) Inovasi sering kali melibatkan risiko yang tinggi. Banyak pengusaha yang termotivasi untuk berhasil tetapi enggan mengambil risiko besar karena ketidakpastian hasilnya. Dan d) Banyak pengusaha yang terlalu fokus pada kegiatan operasional sehari-hari dan kurang memiliki waktu atau energi untuk memikirkan inovasi. Motivasi mereka lebih terfokus pada menjaga kelangsungan usaha daripada berinovasi. Sulkan,dkk (2024)

Hasil penelitian ini bertentangan dengan Dwi Prayoga,dkk (2023) yang menyatakan bahwa Perilaku Inovasi mampu memediasi pengaruh kompetensi sumber daya manusia terhadap minat motivasi keberhasilan. Pengaruh kompetensi terhadap kinerja UMKM di Kota Malang mungkin tidak signifikan secara langsung karena berbagai faktor eksternal dan internal yang lebih dominan. Namun, kompetensi dapat berdampak signifikan terhadap kinerja ketika diterjemahkan melalui perilaku inovasi. Perilaku inovasi bertindak sebagai variabel intervening yang memungkinkan kompetensi mempengaruhi kinerja dengan cara menciptakan nilai tambah, meningkatkan efisiensi, dan menyesuaikan dengan dinamika pasar. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kinerja UMKM, penting untuk tidak hanya meningkatkan kompetensi tetapi juga mendorong perilaku inovatif yang memanfaatkan kompetensi tersebut secara efektif.

2) Pengaruh Karakter Entrepreneur Terhadap Kinerja UMKM Melalui Perilaku Inovasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kesembilan ditolak yaitu secara parsial variabel Karakter Entrepreneur terhadap Kinerja UMKM melalui Perilaku Inovasi berpengaruh tidak signifikan terhadap pelaku UMKM Kota Malang. Hal ini disebabkan karena Karakter entrepreneur mencakup sifat-sifat seperti kreativitas, keberanian mengambil risiko, motivasi tinggi, dan orientasi pada pencapaian. Meskipun karakter-karakter ini penting, mereka tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Malang karena berbagai alasan, seperti keterbatasan sumber daya, kondisi pasar lokal, dan dukungan infrastruktur yang terbatas.

Karakter entrepreneur yang kuat pada UMKM di Kota Malang tidak secara langsung atau melalui perilaku inovasi memberikan dampak signifikan terhadap kinerja. Hal ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor seperti kurangnya dukungan untuk mengimplementasikan ide-ide inovatif, ketidakcocokan antara inovasi yang dilakukan dengan kebutuhan pasar, atau kurangnya sumber daya untuk mewujudkan inovasi. Untuk meningkatkan kinerja UMKM, tidak hanya perlu mengembangkan karakter entrepreneur tetapi juga memastikan bahwa ada dukungan yang memadai untuk

menerjemahkan karakter tersebut ke dalam tindakan inovatif yang efektif. Pendekatan ini bisa melibatkan pelatihan yang lebih terfokus, akses ke sumber daya dan informasi pasar, serta kolaborasi dengan institusi pendidikan dan penelitian untuk meningkatkan kemampuan inovasi.

Penelitian tersebut menunjukkan bahwa hasilnya tidak signifikan karena beberapa alasan, seperti: a) Pengusaha UMKM merasa terbatas oleh sumber daya seperti modal, tenaga kerja, dan akses teknologi, meskipun termotivasi untuk berinovasi. b) Beberapa responden mengeluhkan kurangnya akses informasi tentang tren pasar atau pelatihan inovasi, sehingga sulit bagi mereka untuk menerjemahkan motivasi menjadi tindakan inovatif. c) Inovasi seringkali berisiko tinggi, membuat banyak pengusaha enggan mengambil risiko besar meskipun termotivasi untuk sukses. d) Banyak pengusaha terlalu terfokus pada operasional harian sehingga kurang memiliki waktu atau energi untuk memikirkan inovasi, karena motivasi mereka lebih pada kelangsungan usaha daripada berinovasi. Sulkan,dkk (2024)

Hasil penelitian ini bertentangan dengan Dwi Prayoga,dkk (2023) yang mengatakan bahwa Perilaku Inovasi mampu memediasi pengaruh karakter wirausaha terhadap minat motivasi keberhasilan.

3) Pengaruh Motivasi Berwirausaha Terhadap Kinerja UMKM Melalui Perilaku Inovasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kesepuluh ditolak yaitu secara parsial variabel Motivasi Berwirausaha terhadap Kinerja UMKM melalui Perilaku Inovasi berpengaruh tidak signifikan terhadap pelaku UMKM Kota Malang. Hal ini disebabkan karena Motivasi berwirausaha mencakup keinginan kuat untuk memulai dan mengembangkan bisnis, termasuk dorongan untuk mencapai kebebasan finansial, mengejar passion, dan meraih kesuksesan. Namun, meskipun motivasi ini penting, penelitian menunjukkan bahwa motivasi saja tidak selalu langsung mempengaruhi kinerja UMKM.

Tingginya motivasi berwirausaha pada UMKM di Kota Malang belum memberikan dampak signifikan terhadap kinerja karena berbagai faktor seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya akses ke informasi dan pelatihan, risiko terkait inovasi, serta fokus pada kegiatan operasional. Untuk meningkatkan kinerja UMKM, diperlukan dukungan dalam bentuk akses sumber daya, pelatihan inovasi, dan jaringan yang membantu pengusaha menerjemahkan motivasi menjadi tindakan inovatif yang efektif.

Hasil wawancara dengan informan menunjukkan bahwa ada beberapa alasan yang membuat hasilnya tidak signifikan,

di antaranya: a) Pengusaha UMKM terbatas oleh sumber daya seperti modal, tenaga kerja, dan akses teknologi, meskipun termotivasi untuk berinovasi. b) Beberapa responden mengeluhkan kurangnya akses informasi tentang tren pasar atau pelatihan inovasi, sehingga sulit bagi mereka untuk menerjemahkan motivasi menjadi tindakan inovatif. c) Inovasi seringkali berisiko tinggi, membuat banyak pengusaha enggan mengambil risiko besar meskipun termotivasi untuk sukses. d) Banyak pengusaha terlalu terfokus pada operasional harian sehingga kurang memiliki waktu atau energi untuk memikirkan inovasi, karena motivasi mereka lebih pada kelangsungan usaha daripada berinovasi. Sulkan,dkk (2024)

Hasil penelitian ini masih belum ada pembandingan yang menyatakan pengaruh motivasi berwirausaha terhadap kinerja UMKM melalui Perilaku Inovasi. Motivasi berwirausaha mungkin tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Malang karena berbagai faktor eksternal dan keterbatasan sumber daya. Namun, melalui perilaku inovasi, motivasi ini dapat diterjemahkan menjadi tindakan yang berdampak positif pada kinerja. Perilaku inovasi bertindak sebagai variabel intervening yang menghubungkan motivasi berwirausaha dengan kinerja UMKM, menjadikan inovasi sebagai kunci untuk menerjemahkan potensi motivasi menjadi hasil yang nyata dan berdampak. Dengan demikian,

meningkatkan kemampuan inovasi dan menyediakan dukungan yang memadai bagi UMKM akan sangat penting untuk memaksimalkan pengaruh motivasi berwirausaha terhadap kinerja bisnis.

1.2 Implikasi Penelitian

Penelitian yang telah dilakukan memberikan beberapa implikasi manajerial terkait hasil yang telah dikemukakan. Implikasi manajerial penelitian terkait Analisis Perilaku Inovasi Sebagai Mediator Dalam Peningkatan Kinerja UMKM adalah sebagai berikut:

- 1) Kemajuan UMKM selalu diwarnai dengan persaingan yang ketat, dan situasi di Kota Malang pun tidak jauh dari norma tersebut. Pendekatan unik yang melibatkan pelatihan peserta UMKM melalui seminar dan mendalami Kompetensi, Karakter Wirausaha, dan Motivasi Wirausaha merupakan strategi yang menjanjikan bagi para pelaku UMKM. Sudah menjadi rahasia umum bahwa Kompetensi mempunyai peran penting dalam mempengaruhi kinerja UMKM, oleh karena itu setiap strategi kompetensi yang efektif harus diutamakan sebagai tantangan utama dalam mengarahkan perilaku inovatif untuk diadopsi oleh para pelaku UMKM. Tindakan memberikan pengalaman istimewa kepada para pelaku UMKM ini dapat meningkatkan hubungan emosional antara mereka dan konsumennya.
- 2) Peningkatan kinerja UMKM melalui pengembangan kompetensi dan inovasi akan berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi lokal.

Hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar UMKM tersebut. Hasil positif yang diperoleh dari seluruh analisis terhadap Perilaku Inovasi menunjukkan bahwa variabel ini mampu terbentuk dengan baik berkat respons dari konsumen. Perilaku Inovasi juga terbukti menjadi sumber utama terbentuknya Kinerja UMKM karena pembelian berulang keinginan untuk terus menggunakan dan mendukung perusahaan tidak akan timbul jika konsumen tidak percaya terhadap kualitas dan kinerja perusahaan. UMKM Kota Malang dapat memanfaatkan Perilaku Inovasi untuk mempertahankan konsumen dengan terus menerus mengedepankan kepentingan konsumen. Salah satu cara yang digunakan UMKM Kota Malang untuk memperoleh Perilaku Inovasi adalah Pelaku UMKM dapat menggunakan temuan ini untuk menyusun strategi bisnis yang menekankan pentingnya perilaku inovasi. Dengan memahami bahwa inovasi adalah jembatan yang menghubungkan kompetensi dan karakter entrepreneur dengan kinerja, pelaku UMKM dapat lebih fokus pada pengembangan aspek-aspek tersebut dalam operasi sehari-hari. Pembekalan terhadap salesperson yang menjadi penghubung langsung antara perusahaan dengan konsumen juga harus ditingkatkan karena salesperson dapat menjadi cerminan citra perusahaan di mata konsumen. Memiliki komitmen mendalam terhadap konsumen,

menepati janji kepada konsumen, dan peningkatan kualitas salesperson akan meningkatkan Perilaku Inovasi.

- 3) Keberhasilan kinerja UMKM yang dicapai melalui berbagai upaya manajerial sangat berperan dalam menumbuhkan loyalitas para pelaku UMKM. Hal ini mengarah pada evolusi berkelanjutan terhadap perusahaan. Kinerja UMKM dapat dikembangkan melalui penciptaan nilai, dimana nilai tersebut hanya akan tumbuh dengan kemampuan dan kemauan pihak-pihak yang terlibat untuk selalu membina hubungan yang sehat dalam jangka panjang dengan konsumen. Nilai tambah UMKM Kota Malang harus menjangkau kesadaran pelanggan secara efektif dan efisien sehingga mampu mengapresiasi upaya perusahaan secara terus menerus. Transmisi nilai dari perusahaan kepada konsumen dapat dilakukan melalui kesadaran dan inisiatif lain yang menggambarkan nilai dari apa yang ditawarkan dengan meyakinkan konsumen bahwa perusahaan yang dipertimbangkan tidak hanya baik dalam kinerja fungsionalnya tetapi juga mempunyai nilai-nilai positif lainnya. Pelanggan yang merasakan nilai tambahan dari organisasi melalui titik kontak langsung atau tidak langsung lebih cenderung menunjukkan loyalitas terhadap organisasi dan memiliki persepsi kualitas merek yang lebih unggul dari perusahaan yang mereka dukung dibandingkan merek lain.
- 4) Hasil penelitian ini dapat menjadi landasan bagi pengembangan program pelatihan dan pendidikan bagi Usaha Kecil dan

Menengah. Pelatihan yang mendorong peningkatan pengetahuan, mengembangkan jiwa kewirausahaan, dan meningkatkan motivasi berinovasi dapat berpengaruh terhadap perilaku inovasi dan kinerja UMKM. Selain itu, dengan kerjasama pemerintah dan lembaga UMKM pendukung kewirausahaan memanfaatkan hasil penelitian ini untuk mengembangkan kebijakan dan program yang mendorong peningkatan kemampuan dan keinginan berwirausaha serta karakter kewirausahaan. Hal ini mencakup pemberian akses terhadap sumber daya, mentor, dan platform yang mendorong inovasi.

1.3 Kontribusi Penelitian

Dari hasil penelitian ini menghasilkan kontribusi penelitian diantaranya:

1) Kontribusi teoritis (*teoritical recommendation*)

Penelitian ini memperkuat hubungan antara kompetensi, karakter entrepreneur, motivasi berwirausaha, dan kinerja UMKM. Hal ini berarti bahwa keempat variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan hubungan antara variabel-variabel tersebut secara terpisah, namun penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan tersebut saling memperkuat satu sama lain. Dan juga Penelitian ini memperkenalkan perilaku inovasi sebagai variabel intervening yang memediasi hubungan antara kompetensi, karakter entrepreneur, motivasi berwirausaha, dan kinerja UMKM. Hal ini berarti bahwa

perilaku inovasi merupakan faktor penting yang menghubungkan keempat variabel tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki perilaku inovasi yang tinggi akan lebih mungkin untuk mencapai kinerja yang lebih baik.

2) Kontribusi Praktis (*practical recommendation*)

Penelitian ini menunjukkan pentingnya kompetensi dalam meningkatkan kinerja UMKM. Oleh karena itu, pelatihan yang berfokus pada pengembangan keterampilan teknis, manajerial, dan interpersonal bagi para pengusaha UMKM dapat membantu mereka menjadi lebih inovatif dan meningkatkan kinerja bisnis mereka. Karakter entrepreneur yang kuat berkontribusi pada kinerja UMKM, program-program pengembangan wirausaha harus mencakup pelatihan untuk mengembangkan sifat-sifat seperti ketekunan, keberanian mengambil risiko, dan visi jangka panjang. Modul-modul ini dapat dirancang untuk menanamkan nilai-nilai tersebut dan memberikan alat praktis untuk menerapkannya dalam bisnis sehari-hari. Temuan yang menunjukkan pentingnya motivasi berwirausaha menyarankan perlunya pemberian insentif yang dapat meningkatkan motivasi wirausahawan, seperti program penghargaan, pengakuan prestasi, atau dukungan finansial bagi UMKM yang menunjukkan pertumbuhan dan inovasi yang signifikan. Selain itu, perilaku inovasi terbukti sebagai penghubung penting antara kompetensi, karakter entrepreneur, motivasi berwirausaha, dan kinerja UMKM, sehingga program-program yang

menyediakan dukungan untuk inovasi, seperti akses ke teknologi terbaru, pendanaan untuk proyek inovatif, dan kolaborasi dengan institusi riset, dapat mendorong perilaku inovatif di kalangan wirausahawan UMKM.

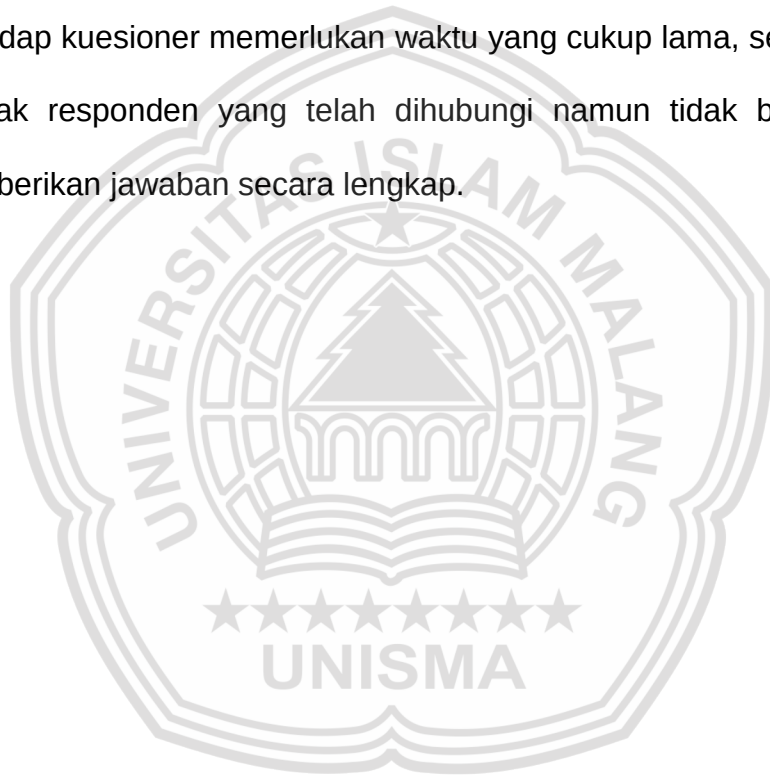
1.4 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan uraian hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diketahui bahwa masih terdapat keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini. Keterbatasan yang ada diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya untuk dapat memperoleh hasil yang lebih baik. Keterbatasan serta saran yang bisa diuraikan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Selama proses penyebaran kuesioner peneliti terkendala dalam menentukan waktu yang tepat untuk berkunjung menemui pemilik UMKM sebagai responden penelitian, akibatnya beberapa responden tidak dapat didampingi dalam pengisian kuesioner. Saran untuk penelitian selanjutnya untuk memastikan dari jauh hari bahwa responden siap untuk mengisi kuesioner dengan didampingi peneliti pada waktu yang disepakati, agar mendapatkan informasi yang lebih mendalam serta data yang lebih akurat.
2. Penelitian ini mengambil objek penelitian hanya berfokus pada satu lokasi UMKM yaitu Kota Malang yang menyebabkan penelitian ini kurang luasawasannya. Saran untuk penelitian selanjutnya untuk menyusun rencana sistematis dengan

mengelompokan atau penentuan lokasi UMKM secara luas seperti Malang Raya atau seJawa Timur sehingga proses penyebaran kuesioner dapat lebih banyak lagi dan bisa lebih mendalami yang dibutuhkan oleh para pelaku UMKM.

3. Pengambilan sampel dari kelompok UMKM banyak mengalami kendala khususnya kendala dalam proses pelaksanaan penelitian. Tingkat kesibukan responden, pengetahuan, dan pemahaman terhadap kuesioner memerlukan waktu yang cukup lama, sehingga banyak responden yang telah dihubungi namun tidak bersedia memberikan jawaban secara lengkap.



BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Sesuai dengan hasil penelitian dan pegujian tentang ANALISIS PERILAKU INOVASI SEBAGAI MEDIATOR DALAM PENINGKATAN KINERJA UMKM, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kompetensi Berpengaruh Positif tidak signifikan Terhadap Perilaku Inovasi Pada UMKM Kota Malang.
2. Karakter Entrepreneur Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Perilaku Inovasi Pada UMKM Kota Malang.
3. Motivasi Berwirausaha Berpengaruh Positif dan tidak signifikan Terhadap Perilaku Inovasi Pada UMKM Kota Malang.
4. Kompetensi Berpengaruh Positif dan Tidak Signifikan Terhadap Kinerja UMKM Pada UMKM Kota Malang.
5. Karakter Entrepreneur Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kinerja UMKM Pada UMKM Kota Malang.
6. Motivasi Berwirausaha Berpengaruh Positif dan Tidak Signifikan Terhadap Kinerja UMKM Pada UMKM Kota Malang.
7. Perilaku Inovasi Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kinerja UMKM Pada UMKM Kota Malang.
8. Kompetensi Berpengaruh Positif dan Tidak Signifikan Terhadap Kinerja UMKM Melalui Perilaku Inovasi Sebagai Variabel Intervening Pada UMKM Kota Malang.

9. Karakter Entrepreneur Berpengaruh Positif dan Tidak Signifikan Terhadap Kinerja UMKM Melalui Perilaku Inovasi Sebagai Variabel Intervening pada UMKM Kota Malang
10. Motivasi Berwirausaha Berpengaruh Positif dan Tidak Signifikan Terhadap Kinerja UMKM Melalui Perilaku Inovasi Sebagai Variabel Intervening pada UMKM Kota Malang.

5.2 Saran

Berdasarkan beberapa kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan sesuai dengan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Dapat menggunakan lebih banyak literatur sebagai bahan analisa agar memperkaya pengetahuan, karena dalam penelitian ini hanya berfokus pada UMKM Kota Malang sehingga penggunaan hasil ini hanya relevan untuk UMKM Kota Malang.
- b. Menggunakan variabel lain untuk menguji perilaku inovasi terhadap UMKM Kota Malang, karena masih banyak variabel lain yang dapat digunakan dan alangkah baiknya menggunakan variabel yang sedang populer pada penelitian selanjutnya agar hasil penelitian memiliki nilai baik untuk akademisi. Seperti dapat menggunakan variabel *marketing performance*, *e-satisfaction*, dan variabel lainnya.

- c. Diharapkan peneliti selanjutnya mampu menyempurnakan beberapa keterbatasan penelitian ini, yakni dengan memperluas jangkauan penelitian dan memperbanyak responden penelitian. Membandingkan bagaimana penerapan *Kompetensi* dan Karakter Entrepreneur pada UMKM dalam mempengaruhi Kinerja UMKM dan Perilaku Inovasi tentu akan menyempurnakan penelitian ini dan mampu menyajikan keragaman hasil.

2. Bagi Pelaku UMKM Kota Malang

- a. Bagi para pelaku UMKM diharapkan terus meningkatkan inovasi-inovasi dalam membuat produk yang berkualitas serta melihat apa yang menjadi kepuasan konsumen terhadap produk karena dengan begitu produk akan banyak diminati para konsumen. Sehingga kinerja usaha akan terus meningkat sampai para pelaku UMKM akan mendapatkan laba yang besar.
- b. Berkaitan dengan kompetensi kewirausahaan, pelaku usaha sebaiknya lebih sering melatih kemampuannya dalam melakukan pekerjaan. Salah satu cara untuk mengembangkan kompetensi itu adalah memfokuskan diri terhadap pekerjaan.
- c. Diharapkan kepada pelaku UMKM Kota Malang agar memperhatikan dan melakukan evaluasi terhadap kekurangan-kekurangan ataupun kendala-kendala yang terjadi selama proses penjualan seperti pelayanan dan kebersihan untuk mendapatkan hasil maksimal.

- d. Bagi calon pelaku UMKM diharapkan dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan untuk memulai usaha, sehingga dapat mempunyai pandangan apa yang nantinya harus saat dilakukan saat melakukan usaha barunya.



DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Anwar, Prabu Mangkunegara. 2012. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Rafika Aditama.
- Abdullah, Yousif Aftan, and Dr Mohd Najib Bin Mansor. 2018. "The Moderating Effect of Business Environment on the Relationship between Entrepreneurial Skills and Small Business Performance in Iraq." *International Journal of Entrepreneurship* 22 (4): 1–229.
- Ajzen, Icek. 1985. "From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior." In *Action Control*, edited by Julius Kuhl and Jürgen Beckmann, 11–39. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Ajzen, Icek. 1991. "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Theories of Cognitive Self-Regulation, 50 (2): 179–211.
- Al-Ansari, Yahya, Simon Pervan, and Jun Xu. 2013. "Innovation and Business Performance of SMEs: The Case of Dubai." *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues* 6 (3/4): 162–80.
- Alifia, Isye Fera, and Jojok Dwiridho. 2019. "Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Dusun Beton Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan)." *Jurnal Bisnis Indonesia* 10 (02).
- Anggriawan, Koko Happy, Djamhur Hamid, and M. Djudi Mukzam. 2015. "Pengaruh Insentif Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan CV Suka Alam (Kaliwatu Rafting) Kota Batu, Jawa Timur)." *Journal:eArticle*, Universitas Brawijaya.
- Antončič, Jasna Auer, and Boštjan Antončič. 2022. "Internationalization and Growth of SMEs: Psychological and Sociological Characteristics of Entrepreneurs." *FAIMA Business & Management Journal*, December, 70–90.
- Aramand, Majid. 2013. "Women entrepreneurship in Mongolia: the role of - ProQuest." 2013.
- Ardiana, I. D. K. R., I. A. Brahmayanti, and Subaedi Subaedi. 2010. "Kompetensi SDM UKM Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM Di Surabaya." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 12 (1): 42–55.
- Aribawa, Dwitya. 2016. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan UMKM Di Jawa Tengah." *Jurnal Siasat Bisnis* 20 (1): 1–13.
- Ayranci, Evren, and Fatih Semercioz. 2011. "The Relationship between Spiritual Leadership and Issues of Spirituality and Religiosity: A Study of Top Turkish Managers." *International Journal of Business and Management* 6 (4): p136.

- B. Uno, Hamzah. 2007. *Teori Motivasi Dan Pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksana.
- Carmeli, Abraham, and Jody Hoffer Gittel. 2009. "High-Quality Relationships, Psychological Safety, and Learning from Failures in Work Organizations." *Journal of Organizational Behavior* 30 (6): 709–29.
- CLayton P., Aldefer. 2011. *The Practice of Organizational Diagnosis*. New York: Oxfröd Universty Press.
- Darmaileny, Darmaileny, Zulfina Adriani, and Fitriaty Fitriaty. 2022. "Pengaruh Tata Kelola Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Organisasi Dimediasi Perilaku Inovatif Pada Badan Usaha Milik Desa (BUM DESA) Dalam Wilayah Kabupaten Tanjung Jabung Barat." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 3 (6): 599–612.
- Dhamayantie, Endang, and Rizky Fauzan. 2017. "Penguatan Karakteristik Dan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM." *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*.
- Dung, Pham Thi Phuong, Ho Minh An, Quoc Huy Pham, and Nguyen Le Dinh Quy. 2023. "Understanding the Startup's Intention of Digital Marketing's Learners: An Application of the Theory of Planned Behavior (TPB) and Technology Acceptance Method (TAM)." *Cogent Business & Management* 10 (2).
- Fahmi, Irham. 2013. *Manajemen Kinerja, Teori Dan Aplikasinya*. Bandung: Alfabeta.
- Farhangmehr, Minoo, Paulo Gonçalves, and Maria Sarmento. 2016. "Predicting Entrepreneurial Motivation among University Students: The Role of Entrepreneurship Education." *Education & Training* 58 (7/8): 861–81.
- Fibriyani, Vita, and Eva Mufidah. 2018. "Pengaruh Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Pasuruan." *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi* 3 (3): 873–86.
- Hadi, Surjo, Arif Rachman Putra, and Rahayu Mardikaningsih. 2020. "Pengaruh Perilaku Inovatif Dan Keterlibatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan." *Jurnal Baruna Horizon* 3 (1): 186–97.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2012. *Manajemen SDM*. Revisi. Ketigabelas. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hisrich, R.D, M.P Peters, and Shepherd. 2017. *Entrepreneurship*. 10th ed. New York: McGraw-Hill Education.
- Hunger, J. David, and Wheelen Thomas L. 2003. *Strategic Management and Business Policy*. 13th ed. United States of America: Pearson.
- Iqbal, Amjad, Fawad Latif Khawaja, and Muhammad Shakil Ahmad. 2020. "Servant Leadership and Employee Innovative Behaviour: Exploring Psychological Pathways." *Leadership & Organization Development Journal* 41 (6): 813–27.
- Iskandar, Azwar, and Rahmaluddin Saragih. 2018. "Analisis Kondisi Kesenjangan Ekonomi Daerah : Studi Kasus Kabupaten/Kota Di Sulawesi Selatan (*Analysis of*

Economic Disparity Condition: Case Study From Regency/City of South Sulawesi Indonesia)." SSRN Scholarly Paper. Rochester, NY.

- Iskandar, Yusuf, Nimmi Zulbainarni, and Siti Jahroh. 2020. "Pengaruh Karakteristik Usaha Dan Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Industri Pengolahan Perikanan Di Kabupaten Sukabumi." *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)* 4 (1): 1–12.
- Janssen, Onne. 2000. "Job Demands, Perceptions of Effort-Reward Fairness and Innovative Work Behavior." *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 73 (September): 287–302.
- Jefferey, Jefferey, and Sarwo Edy Handoyo. 2020. "Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Motivasi, Dan Kepemimpinan Transformasional Terhadap Keberhasilan Usaha UKM Makanan." *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 2 (4): 952–60.
- Johnson, Joy, Marthaly Irizarry, Nhu Nguyen, and Peter Maloney. 2018. "Part 1: Foundational Theories of Human Motivation." *Motivation 101: A Guide for Public Servants*, April.
- Jong, Jeroen de, and Deanne den Hartog. 2010. "Measuring Innovative Work Behaviour." *Creativity and Innovation Management* 19 (1): 23–36.
- Julita. 2013. "Pengaruh Motivasi, Knowledge Of Entrepreneurship Dan Independensi Terhadap The Entrepreneur's performance (Studi Kasus Pada Ukm Di Kota Medan)." *Kumpulan Jurnal Dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara* 1 (1).
- Kristanto, Rudi Surya. 2021. "Pengaruh Kompetensi Sdm, Kualitas Informasi Keuangan Dan Locus Of Control Terhadap Kinerja Umkm Dengan Pengambilan Keputusan Sebagai Variabel Intervening." *JIEF Journal of Islamic Economics and Finance* 1 (1): 46–67.
- Lanivich, Stephen E., Laci M. Lyons, and Anthony R. Wheeler. 2021. "Nascent Entrepreneur Characteristic Predictors of Early-Stage Entrepreneurship Outcomes." *Journal of Small Business and Enterprise Development* 28 (7): 1095–1116.
- Laras, Titi, Bambang Jatmiko, Titop Dwiwinarno, and Indria Fitri Kusumawati. 2023. "Small And Medium Enterprises Performance Impact on Work Culture and Competence with Motivation as A Moderating Variable." *Calitatea: Acces La Success* 24 (193): 130–39.
- Lawler, E.E, and W.I Porter. n.d. *Managerial Attitude and Performance*. 1968th ed. Illions: Irwin Dorsey Inc.
- Li, Lan, Gang Li, and Shui F. Chan. 2019. "Corporate Responsibility for Employees and Service Innovation Performance in Manufacturing Transformation: The Mediation

Role of Employee Innovative Behavior.” *Career Development International* 24 (6): 580–95.

Lingappa, Anasuya K., Lewlyn Rodrigues LR, and Dasharathraj K. Shetty. 2023. “Women Entrepreneurial Motivation and Business Performance: The Role of Learning Motivation and Female Entrepreneurial Competencies.” *Industrial and Commercial Training* 55 (2): 269–83.

Liu, Matthew Tingchi, Yongdan Liu, and Ziyang Mo. 2020. “Moral Norm Is the Key: An Extension of the Theory of Planned Behaviour (TPB) on Chinese Consumers’ Green Purchase Intention.” *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 32 (8): 1823–41.

Lubis, Anggia Sari, Prihatin Lumbanraja, Yeni Absah, and Amlys Syahputra Silalahi. 2022. “Human Resource Competency 4.0 and Its Impact on Bank Indonesia Employees’ Readiness for Transformational Change.” *Journal of Organizational Change Management* 35 (4/5): 749–79.

Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

Manurwan, Muhammad El, and Dian Ratna Sawitri. 2018. “Hubungan Antara Iklimorganisasi Dengan Perilaku Inovatif Pada Karyawan Pt. PIn Persero Distribusi Jawa Barat Apj Bogor.” *Jurnal EMPATI* 6 (3): 351–56.

Mardiatmi, Bernadin Dwi, Ruth Bunga Wadu, Anita Nopiyanti, and Yudi Nur Supriadi. 2023. “Collaboration with Pentahelix to Improving MSME Management Performance During the Covid-19 Pandemic.” *Calitatea: Acces La Success* 24 (194): 135–42.

Matutina. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia Widia Sarana Indonesia.

Mawuntu, Priska Shirty Thelma, and Reynaldo Christian Aotama. 2022. “Pengukuran Kinerja UMKM Berdasarkan Key Performance Indicators (KPI) Metode Balanced Scorecard.” *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)* 21 (1): 72–83.

Mc Clelland, David. 1988. *Human Motivation*. New York: Cambridge University Press.

Megracia, Sherly. 2021. “Karakteristik Dan Motivasi Entrepreneur Terhadap Kinerja Bisnis.” *MBIA* 20 (1): 51–63.

Meng, Bo, and Kyuhwan Choi. 2019. “Tourists’ Intention to Use Location-Based Services (LBS): Converging the Theory of Planned Behavior (TPB) and the Elaboration Likelihood Model (ELM).” *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 31 (8): 3097–3115.

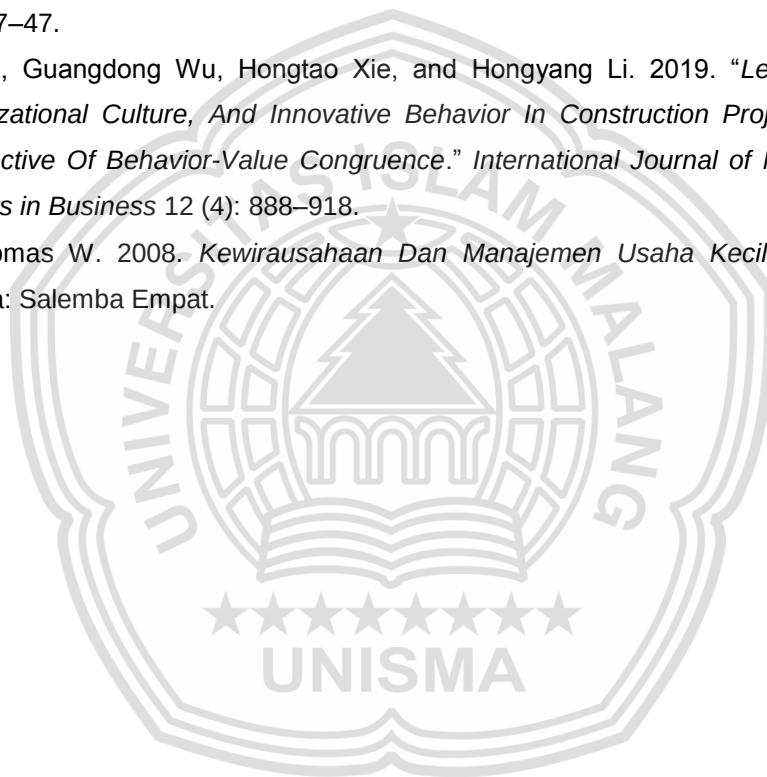
Moorhead, G, and Griffin R.W. 1999. *Organizational Behavior*. Boston: Houghton Mifflin.

- Mukoffi, Ahmad, and Asa'adi. 2021. "Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Kecanggihan Teknologi Terhadap Kinerja UMKM Di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Paradigma Ekonomika* 16 (2): 235–46.
- Mulyadi, Hari. 2010. "Pengaruh Motivasi Dan Kompetensi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Pt. Galamedia Bandung Perkasa." *Jurnal MANAJERIAL* 9 (2): 97–111.
- Munizu, Musran. 2010. "Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Dan Kecil (UMK) Di Sulawesi Selatan." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 12 (1): 33–41.
- Muslikah, Novy Anjar, Andi Tri Haryono, and Cicik Harini. 2018. "Pengaruh Kompetensi Entrepreneurial, Strategi Kewirausahaan Dan Modal Sosial Terhadap Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan Dengan Kinerja Usaha (Pengusaha) Sebagai Variable Intervening (Studi Kasus Pada UKM Mebel di Desa Kembang Kab. Jepara)." *Journal of Management* 4 (4).
- Noerchoidah, Noerchoidah, Tri Ariprowo, and Nurdina Nurdina. 2022. "EFIKASI DIRI DAN PERILAKU INOVATIF: PERAN DUKUNGAN ORGANISASI." *Jurnal Ilmu Manajemen* 10 (4): 1026–36.
- Purwanti, Endang. 2013. "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga." *Among Makarti* 5 (1).
- Rizky, Alya Ilham, Rita Kusumadewi, and Eef Saefulloh. 2022. "Pengaruh Pelatihan Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Pada UMKM Di Kecamatan Cigugur)." *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan* 3 (1): 361–76.
- Robbins, Stephen P., and Judge Timothy A. 2016. *Perilaku Organisasi*. 16th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Santamaria-Alvarez, Sandra Milena, Maria Angélica Sarmiento-González, and Luis Carlos Arango-Vieira. 2019. "Transnational Migrant Entrepreneur Characteristics and the Transnational Business Nexus: The Colombian Case." *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* 25 (5): 1014–44.
- Sedarmayanti. 2017. *Perencanaan Dan Pengembangan SDM Untuk Meningkatkan Kompetensi, Kinerja, Dan Produktivitas Kerja*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Shih, Hsi-An, and Ely Susanto. 2011. "Is Innovative Behavior Really Good for the Firm?: Innovative Work Behavior, Conflict with Coworkers and Turnover Intention: Moderating Roles of Perceived Distributive Fairness." *International Journal of Conflict Management* 22 (2): 111–30.
- Singh, Sandeep, Sarita Sood, and Priyanka Sharma. 2023. "Nexus between Entrepreneurial Self-Efficacy, Entrepreneurial Motivation, and Entrepreneurial

Intention: A Moderated Mediation Model. *Journal of Global Entrepreneurship Research* 13 (1): 25.

- Solesvik, Marina Z. 2013. "Entrepreneurial Motivations and Intentions: Investigating the Role of Education Major." *Education + Training* 55 (3): 253–71.
- Sönmez, Betül, and Aytolan Yıldırım. 2019. "The Mediating Role of Autonomy in the Effect of Pro-Innovation Climate and Supervisor Supportiveness on Innovative Behavior of Nurses." *European Journal of Innovation Management* 22 (1): 41–58.
- Srikanth, P. B. 2020. "The Relative Contribution of Personality, Cognitive Ability and the Density of Work Experience in Predicting Human Resource Competencies." *Personnel Review* 49 (8): 1573–90.
- Stoffers, Jol, Karolien Hendriks, Omar Habets, and Beatrice van der Heijden. 2020. "Employability and Innovative Work Behaviours in SMEs in a Euroregion: A Cross-National Comparison between Belgium and the Netherlands." *Personnel Review* 49 (1): 167–87.
- Sudiyani, Ni Nyoman, Ni Putu Yuliana Ria Sawitri, and Mahayanti Fitriandari. 2021. "Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja: Perilaku Inovasi Sebagai Mediasi." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium* 7 (2): 193–205.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sulistyaningsih, Heny, and Dewi Hanggraeni. 2022. "Investigating the Adoption of QR Code Indonesian Standard through Organizational and Environmental Factors and Its Impact on Micro Small Medium Enterprise Performance." *Global Business and Management Research* 14 (3s): 962–82.
- Suryana. 2014. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Susanti, Evi, Rita Yuni Mulyanti, and Lela Nurlaela Wati. 2023. "MSMEs Performance and Competitive Advantage: Evidence from Women's MSMEs in Indonesia." *Cogent Business & Management* 10 (2).
- Syah, Wella Silvia Dian, and Saino Saino. 2024. "Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Dan Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 12 (1): 58–64.
- Thesman, Tresia. 2014. "Hubungan Entrepreneurial Motivation Terhadap Kinerja Bisnis Usaha Mikro Dan Kecil Pada Sektor Makanan Dan Minuman Di Surabaya Dan Sidoarjo." *Agora* 2 (2): 969–78.
- Thompson, A, and Jr Arthur. 2005. *Crafting and Executing Strategy*. United States: McGraw-Hill.
- Tung-Ju, Wu, and Yenchun Jim Wu. 2019. "Innovative Work Behaviors, Employee Engagement, and Surface Acting: A Delineation of Supervisor-Employee Emotional Contagion Effects." *Management Decision* 57 (11): 3200–3216.

- Wahyudiati, Dinar, and Isroah Isroah. 2018. "Pengaruh Aspek Keuangan Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (Sdm) Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Desa Kasongan." *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi* 6 (2).
- Winarno. 2011. *Pengembangan Sikap Entrepreneurship Dan Intrapreneurship*. Jakarta: PT. Indeks.
- Yong, Jing Yi, and Yusliza Mohd-Yusoff. 2016. "Studying the Influence of Strategic Human Resource Competencies on the Adoption of Green Human Resource Management Practices." *Industrial and Commercial Training* 48 (8): 416–22.
- Yunal, Vivin Oblivia. 2013. "Analisa Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Inovasi Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Gerabah Di Lombok Barat." *Agora* 1 (1): 337–47.
- Zheng, Junwei, Guangdong Wu, Hongtao Xie, and Hongyang Li. 2019. "Leadership, Organizational Culture, And Innovative Behavior In Construction Projects: The Perspective Of Behavior-Value Congruence." *International Journal of Managing Projects in Business* 12 (4): 888–918.
- Zimmerer, Thomas W. 2008. *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*. 5th ed. Jakarta: Salemba Empat.





LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada :

Yth. Pelaku UMKM Kota Malang

Dengan Hormat,

Dalam rangka penelitian kami dengan judul “**Analisis Perilaku Inovasi Sebagai Mediator Dalam Peningkatan Kinerja UMKM** ” sebagai tugas akhir dalam meraih gelar Magister (S2) pada Program Magister Manajemen Universitas Islam Malang, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sodara untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini.

Keberhasilan saya dalam penelitian ini tidak lepas dari kerelaan Bapak/Ibu/Sodara untuk menjawab semua pertanyaan dengan lengkap. Jawaban yang Bapak/Ibu/Sodara berikan akan saya jamin kerahasiaannya, karena semata-mata untuk kepentingan akademis dalam penyusunan tesis.

Atas bantuan dan kerjasama yang Bapak/Ibu/Sodara berikan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,
Peneliti

Mohamad Fathanudin Abas

22202081001

1. IDENTITAS PRIBADI PELAKU UMKM

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pilihlah jawaban pada kotak yang telah tersedia dengan memilih salah satu jawaban dengan memberi tanda *checklist* (✓) pada kotak yang sesuai dengan identitas pribadi anda :

1. Jenis Kelamin :

- ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

2. Usia tahun

3. Tingkat Pendidikan :

- ☐ SD ☐ Diploma
☐ SMP Sederajat ☐ Sarjana
☐ SMA Sederajat
☐ Pascasarjana Lainnya (Sebutkan)

4. Lama Usaha

- ☐ 0 – 5th
☐ 5 – 10th
☐ Lebih dari 10 tahun

5. Omzet per bulan :

- ☐ ≤ Rp.15.000.000
☐ > Rp.15.000.000 – Rp 20.000.000
☐ > Rp. 20.000.000 – Rp. 25.000.000
☐ > Rp 25.000.000 – Rp 30.000.000
☐ > 30.000.000

2. PERTANYAAN PENELITIAN

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pilihlah jawaban pada kolom yang telah tersedia dengan memilih salah satu jawaban dengan memberi tanda checklist (v) pada kolom yang sesuai dengan penilaian anda.

NOTASI	KETERANGAN	NILAI
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

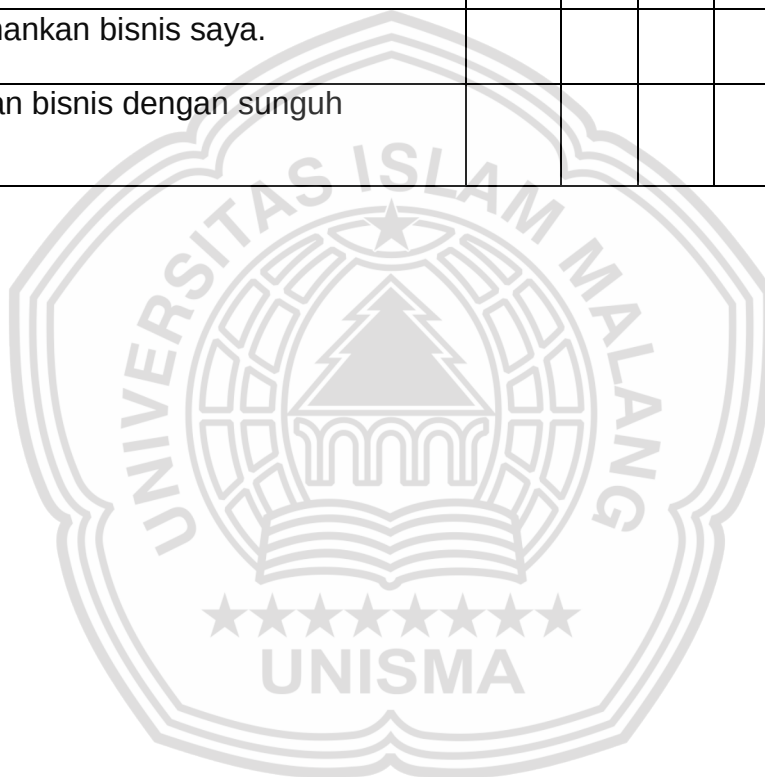
KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA (X1)		Ceklist (v)				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Ilmu yang saya miliki sesuai dengan pekerjaan yang saya tekuni dalam bidang bisnis.					
2.	Ketrampilan yang saya miliki bisa saya terapkan dalam rangka mengembangkan bisnis saya.					
3.	Saya mampu menjalankan bisnis saya dengan baik.					

KARAKTER ENTREPRENEUR (X2)		Ceklist (v)				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Saya optimis bahwa usaha yang saya jalankan bisa berjalan dengan baik.					
2.	Saya menyelesaikan tugas dengan baik					
3.	Saya bisa menyelesaikan masalah yang terjadi dalam bisnis saya					
4.	Saya siap menghadapi tantangan baru dalam bisnis.					
5.	Saya menciptakan ide baru dalam bisnis saya					

MOTIVASI BERWIRAUSAHA (X3)		Ceklist (v)				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
.	Saya memberikan hal baru dalam bisnis saya					
.	Saya aktif dalam menjalankan bisnis saya					
.	Saya bekerja sama dengan baik bersama tim saya.					
.	Saya menghargai pendapat orang lain dalam bisnis saya.					
.	Saya tidak mudah menyerah dalam bisnis					
.	Saya terlibat secara aktif dalam bisnis saya					
.	Saya merasa bahwa memiliki bisnis sendiri memberikan kesempatan untuk mengimplementasikan ide-ide kreatif saya.					
.	Saya memiliki tujuan dalam menjalankan bisnis saya.					

KINERJA UMKM (Y)		Ceklist (v)				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
.	Bisnis kami mengalami peningkatan penjualan 3 tahun terakhir					
.	Saya meningkatkan modal dalam bisnis saya.					
.	Karyawan dalam bisnis kami semakin bertambah					
.	Bisnis Mengalami peningkatan keuntungan 3 tahun terakhir					

PERILAKU INOVASI (Z)		Ceklist (v)				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Saya bisa melihat peluang dalam bisnis saya.					
2.	Saya memiliki ide untuk mengembangkan bisnis saya.					
3.	Saya mempertahankan bisnis saya.					
4.	Saya menjalankan bisnis dengan sungguh sungguh					



Lampiran 1. 2 Jawaban Responden

Variabel Kompetensi (X1)

X1.1	X1.2	X1.3
4	4	4
5	4	5
4	4	5
4	4	4
4	4	3
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
3	3	4
4	4	5
4	4	4
4	4	4
4	4	4
3	4	4
4	4	4

4	4	5
5	5	4
4	4	4
4	4	4
5	5	5
5	5	5
4	3	4
5	5	5
5	5	5
4	4	4
4	4	5
4	4	4
5	5	5
4	4	4
4	4	5
4	4	4
4	5	5
4	4	4
4	4	4
5	5	4
4	4	4
4	4	5
3	3	4

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

5	4	5
5	4	5
1	1	1
5	4	5
4	4	4
5	3	3
5	3	5
1	1	1
5	3	4
5	5	5
5	5	5
4	4	4
5	4	5
4	4	5
4	4	4
4	4	3
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4

4	4	4
3	3	4
4	4	5
4	4	4

Variabel karakter entrepreneur (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
3	4	4	4	3
4	4	4	4	4
4	5	5	5	4
4	4	4	4	3
4	5	4	4	4
4	4	4	5	4
4	4	4	4	4
3	3	4	4	4
4	4	4	5	4
4	4	4	4	4
4	3	3	3	4
3	3	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	5	4	4	5
4	4	4	4	4

4	4	4	4	4
3	3	3	3	4
4	3	4	2	4
4	4	4	3	4
3	3	4	3	4
3	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	3	4	4	4
5	5	5	5	5
3	3	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	4	5
4	2	4	3	4
4	4	4	4	4

5	4	4	4	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
2	2	2	2	2
5	4	4	4	4
5	5	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
2	2	2	2	2
5	4	4	4	4
5	5	4	4	4
4	4	4	4	5
5	5	5	5	5

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

4	4	4	5	4
4	4	4	4	4
4	3	4	3	4
3	3	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	5	4	4	5
4	4	4	4	4

Variabel motivasi berwirausaha (X3)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8
4	4	4	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	4	4
3	4	5	3	4	3	4	4
4	4	4	3	4	3	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	3	3	3

4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	4	4
4	3	3	4	3	4	4	4
4	3	3	4	4	4	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	3	3	3	3	3	3
3	5	3	5	4	5	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	3	3

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

4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	4	4	4
4	3	4	2	4	3	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4
3	3	4	3	4	4	4	4
3	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5

2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	3	3	5	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	3	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	3	3
5	5	5	2	2	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5

Variabel kinerja UMKM (Y)

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	5	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	3

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

4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	3	3
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	4	4
4	4	4	4
4	4	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
3	3	4	4
4	4	4	4
4	4	5	4
4	4	3	4
5	5	4	4
2	2	2	2
5	5	5	4
5	5	4	4
3	3	4	4
4	4	4	4

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

4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	5	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	3
5	4	4	4
4	4	4	4
5	4	5	5
4	4	4	4

Variabel perilaku inovasi (Z)

Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4

4	4	4	4
4	4	4	4
4	2	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	4	5
4	4	4	4
5	4	4	4
5	5	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
4	4	3	5

5	5	4	5
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	5	4
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	4	5
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
4	3	4	4
4	4	4	4
5	4	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4

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

5	5	5	5
5	5	5	3
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	2	4	4
4	4	4	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	3
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	5	5
4	4	4	4

Lampiran 1. 3 Hasil Regresi menggunakan aplikasi SmartPLS

Hasil Uji Validitas

Outer loadings - Matrix					
	X1.	X2.	X3.	Y	Z
X1.1	0.904				
X1.2	0.856				
X1.3	0.900				
X2.1		0.794			
X2.2		0.848			
X2.3		0.890			
X2.4		0.846			
X2.5		0.790			
X3.1			0.728		
X3.2			0.906		
X3.3			0.884		
X3.4			0.833		
X3.5			0.865		
X3.6			0.835		
X3.7			0.897		
X3.8			0.884		
Y1.1				0.904	
Y1.2				0.872	
Y1.3				0.778	
Y1.4				0.823	
Z1.1					0.910
Z1.2					0.824
Z1.3					0.874
Z1.4					0.797

Hasil Uji Realibilitas

R-square - Overview

	R-square	R-square adjusted
Y	0.674	0.659
Z	0.514	0.498

Construct reliability and validity - Overview

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
X1.	0.864	0.867	0.917	0.787
X2.	0.890	0.891	0.919	0.696
X3.	0.947	0.952	0.956	0.732
Y	0.867	0.877	0.909	0.715
Z	0.874	0.878	0.914	0.727

Hasil Uji Discriminant Validity

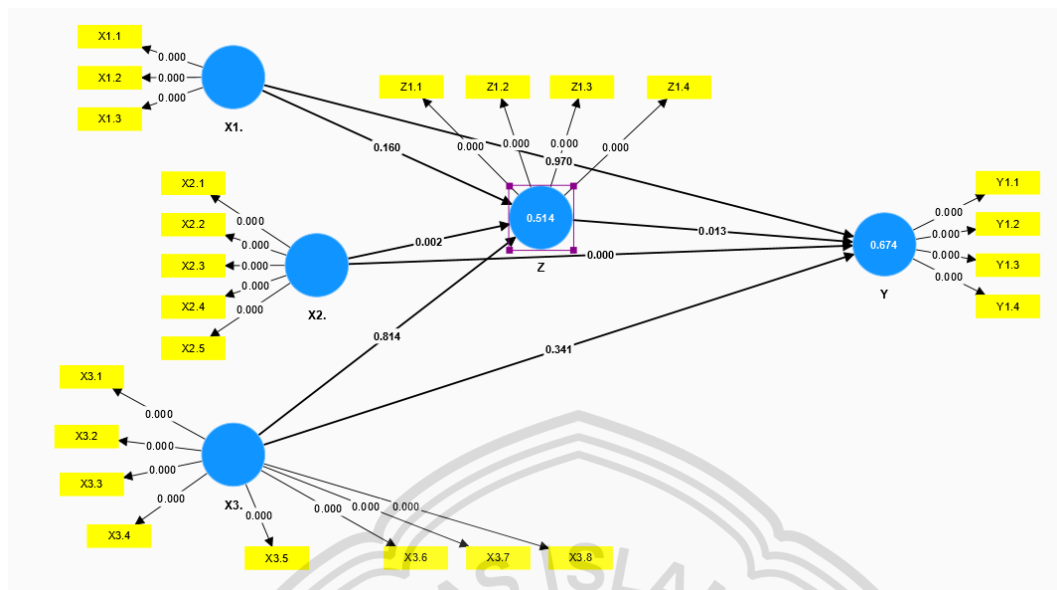
Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion

	X1.	X2.	X3.	Y	Z
X1.	0.887				
X2.	0.563	0.834			
X3.	0.186	0.492	0.856		
Y	0.489	0.793	0.433	0.846	
Z	0.569	0.681	0.295	0.688	0.852

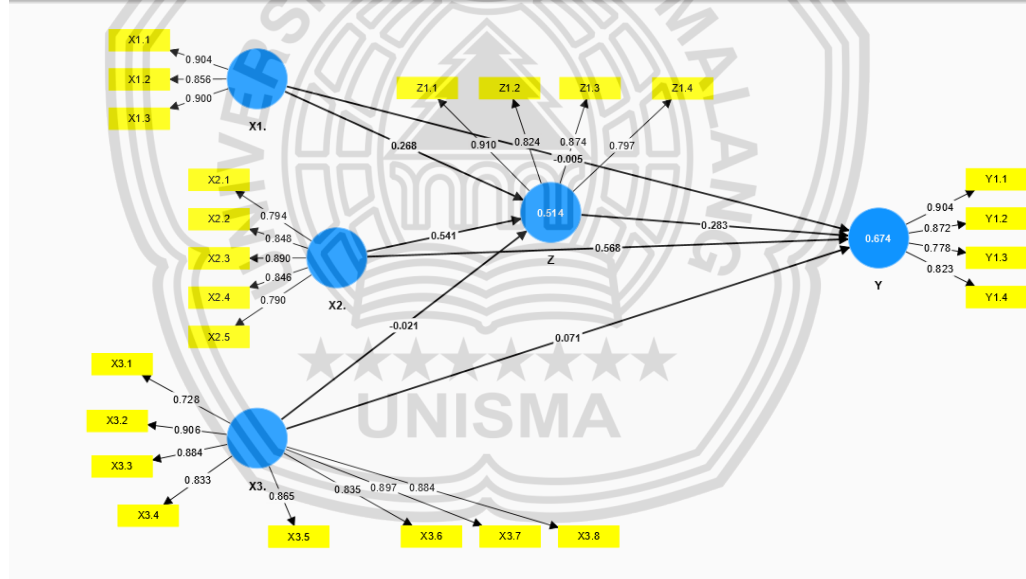
Hasil Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity)
Discriminant validity - Cross loadings

	X1.	X2.	X3.	Y	Z	
X1.1	0.904	0.460	0.170	0.430	0.478	
X1.2	0.856	0.539	0.108	0.451	0.466	
X1.3	0.900	0.500	0.213	0.422	0.564	
X2.1	0.572	0.794	0.294	0.700	0.525	
X2.2	0.431	0.848	0.413	0.646	0.597	
X2.3	0.506	0.890	0.486	0.644	0.645	
X2.4	0.458	0.846	0.436	0.657	0.559	
X2.5	0.376	0.790	0.423	0.661	0.509	
X3.1	0.174	0.373	0.728	0.342	0.256	
X3.2	0.121	0.421	0.906	0.392	0.247	
X3.3	0.160	0.463	0.884	0.440	0.249	
X3.4	0.142	0.421	0.833	0.317	0.192	
X3.5	0.164	0.468	0.865	0.431	0.287	
X3.6	0.191	0.444	0.835	0.337	0.211	
X3.7	0.160	0.388	0.897	0.343	0.279	
X3.8	0.164	0.380	0.884	0.332	0.279	
Y1.1	0.552	0.723	0.371	0.904	0.675	
Y1.2	0.474	0.739	0.300	0.872	0.595	
Y1.3	0.219	0.568	0.462	0.778	0.447	
Y1.4	0.367	0.635	0.356	0.823	0.589	
Z1.1	0.551	0.574	0.276	0.535	0.910	
Z1.2	0.480	0.505	0.155	0.523	0.824	
Z1.3	0.449	0.567	0.316	0.543	0.874	
Z1.4	0.455	0.651	0.249	0.711	0.797	

Skema Model Partial Least Square (PLS)



PLS-SEM: AB >> PLS-SEM algorithm results



Hasil Pengaruh Langsung

Total effects - Mean, STDEV, T values, p values						
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O /STDEV)	P values	
X1. → Y	0.071	0.118	0.144	0.493	0.622	
X1. → Z	0.268	0.302	0.191	1.405	0.160	
X2. → Y	0.721	0.679	0.128	5.640	0.000	
X2. → Z	0.541	0.490	0.175	3.096	0.002	
X3. → Y	0.065	0.068	0.075	0.867	0.386	
X3. → Z	-0.021	-0.001	0.091	0.236	0.814	
Z → Y	0.283	0.275	0.114	2.480	0.013	

Hasil Pengaruh Tidak Langsung

Specific indirect effects - Mean, STDEV, T values, p values						
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O /STDEV)	P values	
X3. → Z → Y	-0.006	-0.000	0.027	0.226	0.821	
X1. → Z → Y	0.076	0.074	0.053	1.440	0.150	
X2. → Z → Y	0.153	0.144	0.088	1.744	0.081	

