

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN TEKNOLOGI INFORMASI
TERHADAP KINERJA UMKM
(Studi Kasus UMKM Sektor Kuliner Di Kabupaten Purbalingga)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN. Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

**Oleh:
REFLIANA DELA RAKHMAWATI
NIM. 1817201033**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Refliana Dela Rakhmawati

NIM : 1817201033

Jenjang : S.1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk dan Teknologi Informasi terhadap Kinerja UMKM

(Studi Kasus UMKM Sektor Kuliner di Kabupaten Purbalingga)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 05 Juli 2022

Saya yang menyatakan,



Refliana Dela Rakhmawati
NIM. 1817201033



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53128
Telp. 0281-535624, Fax: 0281-536553, Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN TEKNOLOGI INFORMASI
TERHADAP KINERJA UMKM
(Studi Kasus UMKM Sektor Kuliner di Kabupaten Purbalingga)**

Yang disusun oleh Saudara **Refliana Dela Rakhmawati** NIM 1817201033 Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jumat** tanggal **15 Juli 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si
NIP. 19781231 200801 2 027

Sekretaris Sidang/Penguji

Anggita Isty Intansari, S.H.I., M.E.I
NIDN. 2031078802

Pembimbing/Penguji

Sulasih, S.E., M.Si
NIDN. 0619018002

Purwokerto, 25 Juli 2022

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN. Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Saudari Refliana Dela Rakhmawati NIM. 1817201033 yang berjudul:

**Pengaruh Inovasi Produk dan Teknologi Informasi terhadap Kinerja
UMKM**

(Studi Kasus UMKM Sektor Kuliner di Kabupaten Purbalingga)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamualaikum Wr. Wb

Purwokerto, 01 Juli 2022

Pembimbing,



Sulasih, S.E., M.Si.
NIDN. 0619018002

MOTTO

Jika kamu bisa mensyukuri dan menghargai hal-hal kecil yang ada
dikehidupanmu, kamu pasti bisa bahagia.

-Refliana Dela Rakhmawati-



**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN TEKNOLOGI INFORMASI
TERHADAP KINERJA UMKM
(Studi Kasus UMKM Sektor Kuliner Di Kabupaten Purbalingga)**

Refliana Dela Rakhmawati
NIM. 1817201033

E-mail: reflianadela@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penopang dalam pertumbuhan dan perkembangan perekonomian di Indonesia. Banyaknya jumlah UMKM akan meningkatkan ketatnya tingkat kompetisi antar pelaku usaha. Penelitian ini menggunakan teori *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang bertujuan membantu perusahaan memahami bagaimana pemanfaatan teknologi informasi dalam mendukung kinerja perusahaan. Pelaku usaha dihadapkan dengan penerapan teknologi karena dorongan dari lingkungan dan kebutuhan perusahaan, sementara dari segi perubahan dan inovasi juga mempengaruhi UMKM untuk mengadopsi teknologi dan dari penggunaan teknologi inilah UMKM mampu menciptakan inovasi dalam aktivitasnya. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk menguji apakah inovasi produk dan teknologi informasi mampu mempengaruhi kinerja UMKM.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jumlah sampel penelitian sebanyak 100 responden dari pegiat UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga yang telah berdiri 1 tahun atau lebih. Analisis datanya menggunakan metode regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS 22.

Hasil penelitian menyatakan bahwa inovasi produk dan teknologi informasi secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Kata kunci: Inovasi Produk, Teknologi Informasi, Kinerja UMKM

**THE EFFECT OF PRODUCT INNOVATION AND INFORMATION
TECHNOLOGY ON MSME PERFORMANCE
(Case Study Of MSME Culinary Sector In Purbalingga Regency)**

Refliana Dela Rakhmawati
NIM. 1817201033

E-mail: reflianadela@gmail.com

Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University, Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are one of Indonesia's economic growth and development pillars. A large number of MSMEs will increase competition between business actors. This research uses The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) theory which aims to help companies understand how to use technology to support company performance. Business actors who apply technology because of encouragement from the environment and company needs, while changes and innovations also affect MSMEs to adopt technology and the use of this technology MSMEs are able to create innovations in their business activities. This research aims to test whether product innovation and information technology can affect the performance of MSMEs.

This research uses quantitative methods. The research sample was 100 respondents from MSMEs activists in the culinary sector in Purbalingga Regency that had been established for a year or more. The data analysis uses the multiple linear regression method with SPSS 22 tool.

The result of the study state that product innovation and information technology partially or simultaneously have a positive and significant effect on the performance of MSMEs.

Keywords: Product Innovation, Information Technology, MSME Performance

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang digunakan dalam penelitian ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	s a	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	h{a	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan garis di bawah)
ض	d"ad	ḍ	de (dengan garis di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan garis di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan garis dibawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عدة	ditulis	'iddah
-----	---------	--------

C. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	ditulis	hikmah
------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diberlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

1. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h

كرامة أولياء	ditulis	Karamah al-aulya
--------------	---------	------------------

2. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t

زكاة الفطر	ditulis	Zakat al-fitr
------------	---------	---------------

D. Vocal pendek

(َ)	fathah	Ditulis	a
(ِ)	kasrah	Ditulis	i
(ُ)	dammah	Ditulis	u

E. Vocal panjang

Fathah + alif	Ditulis	a
جا هلية	Ditulis	Jáhiliyah
Fathah + ya' mati	Ditulis	a
تنس	Ditulis	tansa
Kasrah + ya' mati	Ditulis	i
كريم	Ditulis	karim
Dammah + wawu mati	Ditulis	u
فر و ض	Ditulis	Furùd

F. Vocal rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
بينكم	Ditulis	Bainakum
Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول	Ditulis	Qaul

G. Vocal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أعدت	Ditulis	u'iddah
------	---------	---------

H. Kata sandang alif + lam

1. Bila diikuti huruf qomariyah

أ لقياس	Ditulis	Al-qiyàs
---------	---------	----------

2. Bila diikuti huruf syamsiyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf l (el)-nya

الشمس	Ditulis	As-syamsu
-------	---------	-----------

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى الفر و ض	Ditulis	Žawi al-furùd
--------------	---------	---------------

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk dan Teknologi Informasi terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus UMKM Sektor Kuliner di Kabupaten Purbalingga)”.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti telah banyak mendapatkan bantuan dari semua pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mohammad Roqib M.Ag., selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Bapak Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Ibu Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si., Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Ibu Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
5. Ibu Sulasih, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan, arahan, motivasi dan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap Dosen, Staf Akademika UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah menyalurkan bekal ilmu dan segala bantuan serta fasilitas yang diberikan.
7. Keluarga dan kedua orangtua tercinta, Bapak Teguh Santosa dan Ibu (Almh.) Siti Khasanah. Terima kasih atas dukungan, motivasi dan doa sehingga peneliti diberikan kemudahan serta pertolongan dari Allah SWT dalam menempuh

pendidikan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan kemuliaan dan nikmat sehat.

8. Sahabat Ashifa Isnaeni Salsabilla, Kirey Aprilia, dan Meli Agustiani yang saling memberikan dukungan, bantuan, semangat dan kebersamaan.
9. Sahabat Enggar Pangesti, Irma Hanifah, Nurul Fadilah, Puji Lestari, dan Thalita Sabrina yang saling memberikan semangat dan telah kebersamai di bangku perkuliahan.
10. Sahabat Ari Selnawati, Lefi Eka Sandia, Mutia Oktafiani, dan Nurisna Fauzia terima kasih telah memberikan ruang kebersamaan.
11. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah A angkatan 2018 yang kebersamai selama di bangku perkuliahan, semoga sukses teman.
12. Keluarga besar Urup *Project*, Generasi Baru Indonesia (GenBI) Purwokerto, KSEI FEBI UIN SAIZU dan *World Clean Up Day* (WCD) Banyumas, terima kasih telah menyalurkan pelajaran berharga dan pengalaman luar biasa yang bisa dijadikan bekal untuk terus berbagi dengan sesama dan menjaga kelangsungan alam.
13. Pelaku UMKM sektor kuliner Kabupaten Purbalingga yang telah memberikan waktu dan bantuan, semoga semakin berkah dan maju.
14. Serta semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah memberi bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan karunia dan nikmat-Nya kepada kita semua. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti memohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sehingga skripsi ini bisa lebih baik. Semoga dapat bermanfaat bagi peneliti pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Purwokerto, 05 Juli 2022



Refliana Dela Rakhmawati
NIM. 1817201033

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) ...	10
2. Inovasi Produk	10
3. Teknologi Informasi.....	14
4. Kinerja Usaha.....	16
B. Kajian Pustaka.....	21
C. Model Penelitian.....	26
D. Hipotesis Penelitian	26
E. Landasan Teologis	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	30

C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	30
1. Populasi.....	30
2. Sampel.....	30
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	31
D. Variabel dan Indikator Penelitian	31
E. Pengumpulan Data Penelitian.....	33
1. Sumber Data Penelitian.....	33
2. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Analisis Data Penelitian	34
1. Uji Keabsahan Data.....	34
2. Uji Asumsi Klasik.....	35
3. Analisis Data.....	36
4. Uji Hipotesis.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
C. Hasil Penelitian.....	46
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	55
BAB V PENUTUP.....	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Jumlah UMKM di Karesidenan Banyumas	6
Tabel 2. 1 Kajian Pustaka	22
Tabel 3. 1 Indikator Variabel	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	43
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	44
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	45
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	45
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas <i>One Sample Kolmogorov Smirnov</i>	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients ^a	49
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Coefficients ^a	50
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficients.....	51
Tabel 4. 13 Hasil Uji t Coefficients ^a	53
Tabel 4. 14 Hasil Uji F ANOVA ^a	54
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinan (R ²) Model Summary	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram Penggunaan Layanan Pesan Antar Makanan 5



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	68
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner.....	72
Lampiran 3 Data Responden UMKM Sektor Kuliner.....	78
Lampiran 4 Bukti Penyebaran Kuesioner.....	82
Lampiran 5 Penggunaan Jenis Teknologi Informasi pada UMKM	83
Lampiran 6 Hasil Uji Instrumen Penelitian	84
Lampiran 7 Sertifikat BTA/PPI.....	91
Lampiran 8 Sertifikat Aplikasi Komputer	91
Lampiran 9 Sertifikat KKN.....	92
Lampiran 10 Sertifikat PPL.....	92
Lampiran 11 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal.....	93
Lampiran 12 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif.....	94
Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup.....	94



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hadirnya pelaku bisnis seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penopang dalam pertumbuhan dan perkembangan perekonomian di Indonesia yang selama ini menjadi kekuatan ekonomi daerah maupun nasional (Febriyantoro dan Arisandi, 2018). Merbaknya UMKM hampir di setiap wilayah mampu membuka lapangan kerja produktif sebagai upaya strategis dalam mengentaskan pengangguran sehingga banyak angkatan kerja yang terserap karena semakin meluasnya kesempatan kerja. Total UMKM secara keseluruhan pada awal tahun 2021 menurut keterangan dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KemenkopUKM) berhasil menembus 64.2 juta. Di sisi lain turut menyumbang pada *Gross Domestic Product* (GDP) sebanyak Rp8,5 triliun serta memiliki peran besar dalam mewadahi pekerja dalam negeri (Kementerian Keuangan, 2021).

UMKM digolongkan atas beberapa klasifikasi yang ditetapkan dalam Peraturan Presiden Nomor 7 Tahun 2021 mengenai Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Usaha Mikro dan Usaha Kecil. Klasifikasi ini merujuk pada perbedaan aset dan omset per tahun di masing-masing sektor usaha pada usaha mikro, kecil, dan menengah. Secara rinci, untuk usaha mikro memiliki kekayaan bersih maksimum Rp1.000.000.000 dengan omset maksimum Rp2.000.000.000. Usaha Kecil mempunyai modal lebih dari Rp1.000.000.000 - Rp5.000.000.000 dengan omset tahunan mulai dari Rp2.000.000.000 – Rp15.000.000.000 dan usaha menengah mempunyai modal lebih dari Rp5.000.000.000 – Rp10.000.000.000 dengan omset mulai dari Rp15.000.000.000 – Rp50.000.000.000. Banyaknya pelaku usaha di Indonesia tentunya akan mendukung peningkatan perekonomian dalam negeri, terlebih target UMKM terhadap Produk Domestik Bruto dari Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2022 menjadi 63% (Hendartyo, 2021).

Banyaknya jumlah UMKM akan meningkatkan ketatnya tingkat kompetisi antar pelaku usaha. Diperlukan perbaikan strategi agar UMKM mampu bersaing di pasar global. Usaha peningkatan UMKM bisa dilakukan dengan meningkatkan kinerja dari UMKM tersebut. Adapun faktor-faktor yang dapat mendorong kinerja UMKM di antaranya ada modal, strategi pemasaran, fasilitas yang dimiliki, lokasi outlet, tingkat keuntungan, inovasi produk, pelanggan, kompetitor, kondisi lingkungan, dan teknologi informasi (Rokhayati, 2015).

Dalam penelitian oleh (Hendratmoko, 2021) menjelaskan bahwa faktor kemampuan sumber daya manusia, kepemilikan produk, pembiayaan, pemasaran menunjukkan hasil yang sama. Di sisi lain, akses pemasaran, akses kepada modal, akses jaringan sosial, legalitas, rencana bisnis, kesiapan wirausaha, dukungan pemerintah juga menunjukkan hasil yang berpengaruh terhadap kinerja UMKM (Ratnawati, 2020).

The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) bertujuan membantu perusahaan untuk memahami bagaimana pemanfaatan teknologi informasi dalam mendukung kinerja perusahaan. Aspek teknologi berkaitan dengan kondisi UMKM, pelaku usaha dihadapkan dengan penerapan teknologi karena dorongan dari lingkungan yang terus berubah sehingga harus cepat beradaptasi, sementara dari segi perubahan dan inovasi juga mempengaruhi UMKM untuk mengadopsi teknologi dan dari penggunaan teknologi inilah UMKM mampu menciptakan berbagai inovasi dalam aktivitasnya (Djatnika & Gunawan, 2021).

Inovasi pada suatu produk termasuk kegiatan yang penting dalam menjalankan usaha. Menurut (Dhewanto et al., 2014) inovasi produk adalah hasil dari pengembangan produk baru yang dilakukan pelaku usaha atau industri pada produk yang lama maupun yang baru diluncurkan. Melakukan inovasi produk sama dengan memperbaharui atau memodifikasi barang yang lama dengan tujuan untuk meningkatkan kegunaan dari barang dan jasa tersebut, karena pertumbuhan pelaku usaha yang kian meningkat sehingga wirausaha harus cermat dalam membaca arus pasar agar dapat tetap bertahan

meski pesaing banyak yang bermunculan dengan upaya menduplikasi atau meniru dari berbagai aspek. Mengembangkan produk juga dinilai penting agar dapat menjaga kelangsungan usaha, terlebih untuk menciptakan loyalitas konsumen. Pembaharuan produk dapat dengan mengganti produk yang lama menjadi lebih terbaru atau mengganti secara keseluruhan, jika hal tersebut terus dikembangkan akan berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian dari pelanggan (Dhewanto et al., 2014).

Kesuksesan dalam menciptakan dan mengembangkan temuan baru menunjukkan bahwa UMKM kian melaju dibandingkan dengan kompetitornya. Upaya mengembangkan inovasi produk merupakan suatu hal yang mengharuskan pelaku usaha untuk menggali lebih dalam mengenai ide dan bagaimana mengetahui selera konsumen. Oleh karenanya, pengembangan inovasi produk harus dilakukan secara rinci agar berdampak kepada hasil akhirnya yang sesuai dengan permintaan pasar (Suendro, 2011). Lukas dan Ferrel (2002:204) menyebutkan indikator pada inovasi produk meliputi perluasan lini produk, menirukan produk, dan penciptaan produk terbaru (Djodjobo & Tawas, 2014).

Berdasarkan temuan observasi kepada pelaku UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga, mereka melakukan inovasi pada produk dengan harapan dapat menjangkau pasar lebih luas. Mulai dari modifikasi ukuran, rasa, harga hingga desain pengemasan yang bervariasi. Pelaku usaha juga turut menciptakan produk yang benar-benar baru di usahanya sebagai upaya meningkatkan ketertarikan dan konsumen merasa tidak jenuh dengan varian menu yang sudah ada, meskipun produk baru yang diluncurkan tersebut sudah tergolong banyak di pasaran. Menjaga kualitas bahan baku maupun bahan tambahan juga selalu terkontrol oleh pelaku usaha karena bagaimanapun produk akan selalu dipasarkan dengan begitu konsumen tetap memiliki kepercayaan pada produk tersebut.

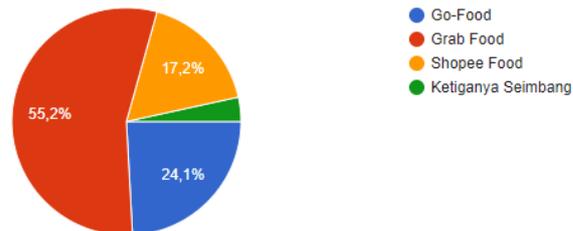
Teknologi informasi yang berkembang cepat saat ini mencakup semua lini, seperti komunikasi, transportasi hingga distribusi sudah terdigitalisasi efektif dan sangat praktis. Lucas (2000) dalam (Darmawan, 2012)

mengemukakan teknologi informasi yaitu semua bentuk teknologi yang diaplikasikan untuk pemrosesan dan pengiriman informasi dalam bentuk elektronik misalnya komputer, alat baca *barcode*, perangkat lunak untuk memproses transaksi dan perangkat komunikasi jaringan. Martin (1999) menjelaskan bahwa teknologi informasi tidak sebatas pada kecanggihan komputer untuk mengoperasikan ataupun mengarsipkan data, tetapi teknologi komunikasi juga termasuk media untuk bertukar data/informasi (Kadir & Triwahyuni, 2003). Jadi, teknologi informasi ialah seluruh bentuk teknologi yang digunakan untuk memproses dan menghasilkan informasi. Berkembangnya usaha-usaha yang ada di setiap negara juga didorong oleh pesatnya arus teknologi, termasuk di dalamnya yaitu sektor UMKM (Taufiq et al., 2020). Hadirnya teknologi yang semakin canggih telah memajukan pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Penggunaan teknologi informasi tidak dapat dihindari di era serba digital seperti sekarang agar UMKM mampu beradaptasi mengikuti perkembangan zaman, sekaligus dapat mengembangkan usahanya agar semakin meluas.

Kemajuan teknologi informasi berdampak pesat pada UMKM. Bagaimana usaha skala mikro, kecil, dan menengah ini bisa memanfaatkan teknologi informasi untuk usahanya, baik dari segi perencanaan, distribusi, produksi, sampai dengan manajemen keuangan dan administrasinya. UMKM harus mampu menerapkan teknologi informasi pada setiap aktivitas usahanya supaya lebih produktif dan berdaya saing dalam menghadapi persaingan dunia usaha sehingga dapat mendorong kinerja usahanya secara terarah dalam era serba digital (Setyawati, 2020). Indikator teknologi informasi menurut Thompson et al (1991) yang dikutip dalam penelitian (Jin, 2003) dapat diukur dengan intensitas penggunaan, frekuensi pemakaian, dan jumlah aplikasi/*software* yang dipakai.

Gambar 1. 1 Diagram Penggunaan Layanan Pesan Antar Makanan

29 jawaban



Sumber: Pra survey penelitian

Seperti hasil observasi kepada pelaku UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga, sebagian besar dari mereka telah mengadopsi teknologi informasi dalam menjalankan usahanya. Sebagai contoh pemanfaatan aplikasi untuk pencatatan laporan keuangan, QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) sebagai media transaksi non tunai, media sosial Instagram untuk promosi, dan layanan pesan antar yang meningkatkan penjualan secara *online*. Teknologi informasi dinilai memberikan kemudahan dan menjadikan aktivitas usaha lebih praktis.

Kinerja usaha yang dikemukakan oleh Jauch dan Glueck (1988) merujuk pada tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu. Kinerja dalam perusahaan menjadi tolak ukur mengetahui perkembangan perusahaan. Tujuan perusahaan yaitu menjaga agar tetap bertahan, mendapatkan laba dan bisa berkembang. Hal itu dapat terwujud apabila perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang baik. Kinerja perusahaan dapat dideteksi dari tingkat penjualan, tingkat keuntungan, pengembalian modal, tingkat *turn over* dan pangsa pasar yang diraihinya (Suci, 2009). Dengan kinerja bisnis ini, pelaku usaha bisa menentukan akankah usaha tersebut mampu bertahan di era global atau tidak. Maka dari itu, setiap usaha perlu untuk mencapai kinerja melalui standar pencapaian yang telah dirancang dalam suatu organisasi usaha. Untuk mengetahui apakah kinerja itu baik, dibutuhkan suatu pengukuran. Standar keberhasilan kinerja UMKM dapat diukur dengan beberapa indikator seperti tingkat pertumbuhan penjualan, pertumbuhan modal

yang meningkat, penambahan tenaga kerja, pemasaran semakin luas dan pertambahan keuntungan atau laba usaha (Munizu, 2010).

Pada temuan observasi, pelaku UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga menyadari adanya kenaikan jumlah penjualan dengan melakukan inovasi baik pada produk maupun segi pemasaran melalui pemanfaatan teknologi informasi, kenaikan penjualan ini juga diikuti dengan bertambahnya jumlah pelanggan baik secara *offline* maupun pemesanan secara *online*. Selain itu laba yang didapat juga ada kenaikan dari bulan ke bulan meskipun dalam aktivitas usaha tidak setiap hari ramai. Penambahan tenaga kerja juga meningkat seiring dengan berkembangnya unit usaha.

Dunia usaha diharapkan bisa menyesuaikan terhadap perubahan yang ada pada era teknologi informasi seperti sekarang. Pelaku usaha tidak hanya memanfaatkan teknologi untuk memaksimalkan efisiensi dalam menjalankan bisnisnya, tetapi bisa mengeksplor potensi dan peluang yang ada melalui inovasi (Rasid et al., 2021). Bukan lagi dengan cara-cara tradisional melainkan lebih praktis yaitu secara *online*. Bersumber informasi dari Kementerian koperasi dan UKM, sampai kini ada 16 juta UMKM atau sekitar 25% yang sudah tergabung dengan *platform* digital (Kristianus, 2021).

Tabel 1. 1
Perbandingan Jumlah UMKM di Karesidenan Banyumas

Tahun	Kabupaten	Jumlah UMKM
2020	Banjarnegara	28.187
2020	Banyumas	86.645
2020	Cilacap	20.015
2020	Purbalingga	96.780

Sumber: Data sekunder diolah

Tabel 1.1 menjelaskan bahwa persebaran UMKM didominasi oleh Kabupaten Purbalingga yang memiliki jumlah UMKM terbanyak dibandingkan dengan kabupaten lain di sekitarnya pada tahun 2020. Hal ini juga sesuai dengan penelitian (O. A. D. Wulandari et al., 2020) yang mengemukakan bahwa salah satu kabupaten yang memiliki banyak jumlah pelaku usaha

dengan produk yang dihasilkan yaitu Kabupaten Purbalingga. Beberapa sektor UMKM meliputi kuliner, agribisnis, otomotif, fesyen, dan kriya (Tobing, 2021). Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2017, UMKM di Kabupaten Purbalingga terdapat beberapa kelompok seperti knalpot, gula jawa, kerajinan sapu, batik, kriya, kuliner, konveksi, dan desain. Dalam upaya memajukan sektor UMKM, pemerintah Kabupaten Purbalingga memacu para pelaku usaha memanfaatkan media digital untuk memublikasikan produk-produknya serta terus menghasilkan berbagai inovasi. Beralih ke digital ini sangat penting karena dapat memasarkan produk dengan jangkauan yang lebih luas (Fakhrudin, 2021).

Menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, kuliner merupakan sub sektor penopang Produk Domestik Bruto terbesar dari ekonomi kreatif, dengan rata-rata per tahun berkisar 43% dari keseluruhan Produk Domestik Bruto ekonomi kreatif. Sektor kuliner memiliki potensi yang kuat untuk semakin berkembang. Usaha kuliner menjadi sektor yang cukup strategis dalam meningkatkan perekonomian daerah dan banyak menyerap tenaga kerja produktif. Seperti halnya di Kabupaten Purbalingga, dari kelompok UMKM yang telah disebutkan di atas, sektor kuliner merupakan yang tertinggi sebesar 20% berdasarkan jumlah yang tercatat. Meski demikian, tingkat kinerja UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga tergolong rendah. UMKM sektor kuliner memerlukan dorongan dan pendampingan agar dapat terus berkelanjutan serta bisa tetap eksis untuk menciptakan produk yang unggul dan inovatif (Abdillah et al., 2019).

Pada penelitian terdahulu ditemukan *research gap* yang berkaitan dengan penelitian ini yang hasil temuannya berbeda-beda. Seperti penelitian yang dilakukan (S. P. Wulandari, 2015) menunjukkan adanya hasil positif pada variabel inovasi produk terhadap kinerja usaha, bahwa melakukan inovasi pada produk akan meningkatkan kinerja begitu juga pelanggan tidak merasa bosan terhadap barang yang dipasarkan. Berbeda dengan temuan (Permana, 2021) hasilnya menunjukkan inovasi produk yang dilakukan pada D'Besto tidak mempengaruhi kinerja bisnis. Penelitian oleh (Fahmi & Mudiantono, 2019)

menyimpulkan bahwa variabel teknologi informasi dan komunikasi memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja usaha. Sedangkan penelitian dari (Andini et al., 2021) menunjukkan pemanfaatan teknologi tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap kinerja, karena kurangnya pemanfaatan aplikasi maupun media sosial.

Berkaitan dengan data yang telah diuraikan, untuk mengetahui seberapa pengaruhnya inovasi produk serta teknologi informasi dalam mempengaruhi kinerja usaha, penulis memutuskan untuk mengadakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk dan Teknologi Informasi terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus UMKM Sektor Kuliner di Kabupaten Purbalingga)”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah inovasi produk dapat mempengaruhi kinerja UMKM sektor kuliner Kabupaten Purbalingga?
2. Apakah teknologi informasi dapat mempengaruhi kinerja UMKM sektor kuliner Kabupaten Purbalingga?
3. Sejauh mana inovasi produk dan teknologi informasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Bersumber pada permasalahan tersebut, adapun tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini yaitu:

- a. Agar mampu memahami seberapa pengaruhnya inovasi produk pada kinerja UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga.
- b. Untuk mengetahui apakah teknologi informasi berpengaruh pada kinerja UMKM sektor kuliner Kabupaten Purbalingga?
- c. Agar mengetahui pengaruh inovasi produk dan teknologi informasi memiliki pengaruh terhadap sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga?

Adapun manfaat yang hendak diperoleh dari penelitian ini yaitu:

- a. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dalam bidang UMKM dalam berinovasi dan menggunakan teknologi informasi

serta dapat dipergunakan sebagai referensi pada penelitian yang berkaitan dengan variabel yang diamati.

b. Secara praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat menyajikan keterangan dan masukan untuk pelaku usaha dan pihak yang berkaitan mengenai pentingnya berinovasi pada produk dan menerapkan teknologi informasi.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*

The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan model penerimaan teknologi yang dikembangkan oleh Venkatesh (2003) elemen-elemen pada delapan model penerimaan teknologi yang pernah ada sebelumnya yaitu *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Motivation Model (MM)*, *Theory of Planned Behaviour (TPB)*, *Combined TAM & TPB*, *Model of PC Utilization (MPTU)*, *Innovation Diffusion Theory (IDT)* dan *Social Cognitive Theory (SCT)* (Meuthia et al., 2020).

UTAUT memiliki empat kategori dalam metodenya, yakni harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial dan kondisi fasilitas sebagai faktor penentu pelaku usaha menggunakan teknologi dalam membantu mencapai kinerja bisnisnya. Teori UTAUT bertujuan membantu perusahaan untuk memahami bagaimana pemanfaatan teknologi informasi dalam mendukung kinerja perusahaan. Aspek teknologi sangat berkaitan dengan kondisi UMKM secara nyata, pelaku usaha dihadapkan dengan penerapan teknologi karena dorongan dari lingkungan dan kebutuhan perusahaan, sementara dari segi perubahan dan inovasi juga mempengaruhi UMKM untuk mengadopsi teknologi dan dari penggunaan teknologi inilah UMKM mampu menciptakan inovasi dalam aktivitasnya (Djatnika & Gunawan, 2021).

2. Inovasi Produk

a. Pengertian Inovasi Produk

Inovasi menurut (Kotler & Keller, 2009) yaitu seluruh produk dan jasa atau bahkan gagasan yang diakui sebagai suatu hal yang baru. Inovasi sebagai suatu mekanisme perusahaan untuk menyesuaikan dalam lingkungan yang berubah-ubah, maka dari itu perusahaan dituntut untuk dapat menghasilkan ide-ide terbaru dan menciptakan produk yang belum

pernah ada dan memberikan layanan terbaik bagi konsumen (Hurley & Hult, 1998). Inovasi produk yang dikemukakan oleh (Dhewanto et al., 2014) adalah hasil dari pengembangan produk baru yang dilakukan pelaku usaha atau industri pada produk yang lama maupun yang baru diluncurkan.

Melakukan inovasi produk ini sangat penting bagi setiap pelaku usaha sebagai upaya strategi bertahan ditengah persaingan pasar yang kompetitif, dapat memperluas pangsa pasar dan menjaga keberlangsungan bisnis yang utamanya yaitu membentuk loyalitas konsumen. Produk yang sudah ada pastinya akan mengalami masa-masa jenuh di mana konsumen merasa bosan dengan produk tersebut, sehingga dibutuhkan berbagai inovasi untuk menghadirkan produk baru. Menciptakan produk baru ini bisa dilakukan dengan merubah keseluruhan produk lama atau dengan memodifikasi produk lama tersebut supaya lebih modern dan outputnya dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli ulang (Dhewanto et al., 2014).

Steve Kensing (1997) menyampaikan bahwa dengan melakukan inovasi, suatu bisnis berkeinginan dapat menghasilkan produk yang terbaru atau berbeda dengan yang sudah ada atau memperbaiki produk lama agar lebih terkini. Konsumen tidak hanya mengonsumsi suatu produk berdasarkan manfaatnya saja, namun konsumen pun membandingkan produk yang satu dengan yang lainnya mengenai kelebihan yang dibawa produk tersebut. Hal ini perlu diperhatikan oleh pelaku bisnis untuk dijadikan dasar melakukan suatu inovasi. Inovasi yang berkelanjutan merupakan kunci keberhasilan untuk mempertahankan posisi di pasar. Kebanyakan produk dari kompetitor tidak bisa menampilkan produk yang baru atau stagnan (Curatman et al., 2016)

Verhess dan Meulenberg (2004) mengatakan bahwa bisnis mempunyai dua peran penting yaitu inovasi dan pemasaran, sehingga perlu adanya keseimbangan diantara keduanya karena jika inovasi terus

diupayakan maka aktivitas pemasaran akan berjalan optimal yang dapat meningkatkan kinerja suatu usaha (Iqbal & Yuliandari, 2019)

b. Faktor Pendorong Inovasi Produk

Ada beberapa faktor yang mendorong pelaku usaha untuk melakukan inovasi produk, diantaranya terbagi dalam dua faktor (A. H. Nasution, 2006):

1) Faktor Eksternal

- a) Kemunculan produk serupa dengan keunggulan yang dimiliki
- b) Kehadiran produk jenis baru untuk memodifikasi dari produk yang sudah ada
- c) Selera konsumen yang berganti-ganti dan merasa jenuh dengan produk lama
- d) Tren produk yang tidak bertahan lama

2) Faktor Internal

- a) Upaya untuk meningkatkan kinerja produk
- b) Melakukan diversifikasi produk
- c) Keahlian tenaga kerja yang kian berkembang dengan berbagai pengalaman untuk proses belajar
- d) Sarana untuk mempertahankan usaha

c. Tujuan Inovasi Produk

- 1) Untuk memenuhi kebutuhan baru dan memperkuat reputasi perusahaan sebagai inovator, yaitu dengan menawarkan produk yang lebih baru daripada produk sebelumnya.
- 2) Untuk mempertahankan daya saing terhadap produk yang sudah ada, yaitu dengan jalan menawarkan produk yang dapat memberikan jenis kepuasan yang baru. Bentuknya bisa tambahan terhadap lini produk yang sudah ada maupun pembaruan terhadap produk yang sudah ada (Tjiptono, 1995).

d. Keuntungan Melakukan Inovasi Produk

Mengembangkan produk menurut (Budianto, 2015) mempunyai berbagai kelebihan untuk perusahaan:

- 1) Bisa mewujudkan kemantapan penjualan ataupun laba
- 2) Agar mendapatkan biaya yang rendah dalam pemasaran
- 3) Sarana bertahan di tengah pasar yang semakin ketat
- 4) Bisa menyesuaikan produk dengan selera dan kemampuan pelanggan
- 5) Sarana mengembangkan teknologi dalam perusahaan
- 6) Dapat menaikkan *market share*
- 7) Dapat memperluas pasar

e. Strategi Mengembangkan Produk/Inovasi Produk

Saladin (1994) dalam buku (Budianto, 2015) menyampaikan beberapa strategi yang bisa diterapkan untuk mengembangkan produk, seperti:

- 1) Memodifikasi produk yang sudah dipasarkan
- 2) Memperluas produk
- 3) Menambah model produk yang telah diciptakan
- 4) Mencoba menirukan strategi dari kompetitor
- 5) Menambah produk baru yang tidak ada kaitannya dengan lini produk

f. Indikator Inovasi Produk

Inovasi produk dapat diukur dengan tiga indikator menurut Lukas & Ferrel (2000:204) dalam (Djodjono & Tawas, 2014) diantaranya:

1) Memperluas Lini Produk (*line extensions*)

Upaya menambahkan jenis produk baru untuk meningkatkan volume penjualan. Perluasan lini produk ini menciptakan produk yang sudah familiar di usaha bisnis namun di pasar masih dianggap baru.

2) Menirukan produk (*me-too products*)

Menirukan produk lain yang sudah terkenal di pasar namun masih baru bagi usaha bisnis

3) Penciptaan produk baru (*new to the world products*)

Menciptakan produk yang benar-benar baru untuk usaha bisnis maupun untuk pasar

3. Teknologi Informasi

a. Pengertian Teknologi Informasi

Lucas (2000) dalam (Darmawan, 2012) mengemukakan teknologi informasi yaitu semua bentuk teknologi yang diaplikasikan untuk pemrosesan dan pengiriman informasi dalam bentuk elektronik misalnya komputer, alat baca *barcode*, perangkat lunak untuk memproses transaksi dan perangkat komunikasi jaringan. Martin (1999) menjelaskan bahwa teknologi informasi tidak sebatas pada kecanggihan komputer untuk mengoperasikan ataupun mengarsipkan data, tetapi teknologi komunikasi juga termasuk media untuk bertukar data/informasi (Kadir & Triwahyuni, 2003).

Suatu perangkat teknologi yang diterapkan oleh suatu kelompok atau perusahaan memiliki tujuan untuk mengolah data, menciptakan dan menyebarkan informasi dengan berbagai model. Manfaat teknologi salah satunya yaitu dapat meminimalisir biaya dalam kegiatan usaha, terlebih UMKM dalam mendistribusikan anggaran seperti keperluan investasi maupun pemakaian anggaran yang lain (Muafi & Roostika, 2014).

Pelaku usaha harus bisa mengikuti arus kemajuan teknologi informasi dan mampu beradaptasi dengan pengembangan teknologi yang ada supaya produk-produk yang dihasilkan usaha tersebut tidak tertinggal zaman serta dapat menaikkan permintaan pasar (Sutojo & Kleinsteuber, 2002). Adanya teknologi informasi dapat meningkatkan roda produksi yang akan menghasilkan kedinamisan pada permintaan pasar. Kemampuan menguasai teknologi informasi dan komunikasi dalam suatu perusahaan harus dikembangkan, mengingat arus pasar yang selalu berubah-ubah dan demi mewujudkan keunggulan berkompetisi yang terus berkesinambungan (Mardia et al., 2021).

Menggunakan teknologi informasi dalam bisnis menurut Turban et al. (2015) dapat menaikkan volume penjualan dan keuntungan yang selanjutnya dapat menciptakan pengalaman pelanggan dan kinerja bisnis. Hal tersebut bisa diwujudkan apabila tersedianya perangkat digital yang menjadikan pelanggan bisa melakukan sesuatu yang mereka inginkan melalui media yang dipilih (Jogiyanto, 2017). Teknologi informasi menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan komunikasi eksternal dan kualitas layanan pelanggan.

b. Menciptakan Nilai dengan Teknologi Informasi

Dalam buku (Jogiyanto, 2017) teknologi informasi membantu suatu perusahaan untuk mewujudkan tujuan dalam berbagai aspek, diantaranya:

- 1) Membantu membangun proses bisnis yang efektif dan efisien
- 2) Dengan teknologi bisa membantu karyawan untuk produktif
- 3) Menghasilkan produk maupun jasa yang berkualitas
- 4) Dapat meminimalisir anggaran
- 5) Dapat membantu manajemen dalam pengambilan keputusan
- 6) Meningkatkan keunggulan berkompetisi

c. Peran Teknologi Informasi

Peran teknologi informasi pada saat ini tidak terbatas untuk perusahaan saja, tetapi untuk memenuhi perorangan. Untuk perusahaan, teknologi informasi dimanfaatkan untuk mewujudkan keunggulan berkompetisi, di sisi lain bagi perorangan bermanfaat untuk menciptakan keunggulan pribadi yang dapat digunakan untuk mencari pekerjaan (Kadir & Triwahyuni, 2003).

Teknologi memiliki peran yang sangat penting karena menghubungkan antara pelaku usaha dengan konsumen, terutama yang berkaitan dengan transaksi jual beli. Saat ini muncul istilah *e-commerce* atau suatu media transaksi pemasaran, jual beli menggunakan perangkat elektronik dan media internet ataupun televisi. Suatu usaha bisnis dapat memperkenalkan usahanya secara mudah dan cepat kepada masyarakat

melalui teknologi informasi, seperti pembuatan website yang mana di dalamnya menampilkan produk maupun jasa yang diciptakan usaha tersebut, dengan begitu konsumen dapat melihat produk-produk tanpa harus mendatangi langsung outlet atau toko yang memperjualbelikan produk tersebut (Dhewanto et al., 2014).

d. Indikator Teknologi Informasi

Menurut Thompson et al (1991) dalam (Jin, 2003) variabel teknologi informasi dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

1) Intensitas penggunaan

Intensitas menggunakan teknologi bisa diartikan sebagai ukuran atau tingkat penggunaan teknologi untuk menghasilkan informasi, seberapa sering individu menggunakan teknologi untuk menyajikan informasi (Tiara, 2019).

2) Frekuensi penggunaan

Frekuensi penggunaan yaitu seberapa sering seseorang melakukan aktivitas menggunakan teknologi informasi dalam periode tertentu.

3) Jumlah aplikasi/*software* yang dipakai.

Semakin banyak aplikasi perangkat komputer atau perangkat lunak yang digunakan, maka aktivitas dalam dunia usaha semakin efektif dan praktis.

4. Kinerja Usaha

a. Pengertian Kinerja Usaha

Kinerja usaha menurut Jauch dan Glueck (1988) yaitu suatu tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu. Kinerja dalam perusahaan menjadi tolak ukur mengetahui perkembangan perusahaan. Tujuan perusahaan yaitu menjaga agar tetap bertahan, mendapatkan laba dan bisa berkembang. Hal itu dapat terwujud apabila perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang baik. Kinerja perusahaan dapat dideteksi dari tingkat penjualan, tingkat keuntungan, pengembalian modal, tingkat *turn over* dan pangsa pasar yang diraihnya (Suci, 2009).

Dengan kinerja bisnis ini, pelaku usaha bisa menentukan akankah usaha tersebut mampu bertahan di era global atau tidak. Kinerja dapat dideteksi apabila perusahaan memiliki tolak ukur kesuksesan, seperti maksud dan sasaran spesifik yang ingin diwujudkan. Maka dari itu, setiap usaha perlu untuk mencapai kinerja melalui standar pencapaian yang telah dirancang dalam suatu organisasi usaha. Standar kinerja menurut Spencer and Spencer (1993:94) dalam buku (Yunus, 2010) diartikan sebagai hasil keluaran termasuk jumlah penjualan, laba, jumlah karyawan dan keragaman produk bagi manajer bisnis.

Dalam menjalankan usaha, suatu perusahaan memerlukan rencana dan pengendalian yang mana target utamanya yaitu tercapainya tujuan perusahaan. Sehingga sangat penting bagi pelaku usaha untuk merancang dan melakukan pengendalian terhadap seluruh aktivitas dalam usaha. Perencanaan dibuat dengan harapan memudahkan penilaian atau evaluasi terhadap aktivitas usaha. Menilai kinerja perlu dilaksanakan supaya bisa menggambarkan seberapa jauh usaha yang telah dijalankan dalam mencapai target. Dalam lingkup keuangan, kinerja ini mengukur seberapa besarnya keuntungan yang didapat pada satu waktu tertentu. Pernyataan yang disampaikan Masuo et al., (2001) bahwa kesuksesan suatu usaha dapat diidentifikasi berdasarkan ukuran ekonomi atau keuangan yang melingkupi pengembalian aset, volume penjualan, laba, tenaga kerja, tingkat keberlanjutan usaha, dan berdasarkan non-finansial misalnya kepuasan konsumen, pengembangan dan pencapaian pribadi (Winbaktianur et al., 2020).

Perusahaan pada masa sekarang selalu menghadapi tantangan berkompetisi yang tinggi, pasar global yang terus menguat, perkembangan teknologi informasi, dan tuntutan pelanggan atau konsumen baru yang semakin kritis. Kinerja akan terus menjadi kunci terhadap keefektifan dan keefisienan atau kesuksesan suatu perusahaan. Perusahaan yang mencapai kesuksesan adalah perusahaan dengan karyawan yang di dalamnya mempunyai kinerja yang optimal.

Perusahaan yang efektif ditunjang oleh sumber daya manusia dengan kinerja yang baik (Sudarmanto, 2009).

b. Pengukuran Kinerja

Mengutip dari (Sudarmanto, 2009) menurut Jerry Harbour (1997) dalam buku *The Basics of Performance Measurement*, yang merekomendasikan pengukuran kinerja ke dalam 6 poin, di antaranya:

- 1) Produktivitas, yaitu kemampuan dalam menciptakan produk dan jasa
- 2) Kualitas, memproduksi produk maupun jasa yang memenuhi syarat kualitas
- 3) Ketepatan waktu, memerlukan waktu untuk menciptakan produk maupun jasa
- 4) Perputaran waktu, membutuhkan waktu pada setiap proses perubahan produk ataupun jasa untuk sampai ditangan pelanggan
- 5) Menggunakan sumber daya, dibutuhkan sumber daya yang optimal untuk menciptakan produk ataupun jasa yang diinginkan
- 6) Biaya produksi yang diperlukan untuk menghasilkan produk ataupun jasa.

c. Faktor-Faktor Kinerja Usaha

Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi kinerja usaha menurut (Rokhayati, 2015) diantaranya:

- 1) Faktor internal biasanya berupa sumber daya manusia (pemilik usaha, tenaga yang dipekerjakan, gaya kepemimpinan), sumber daya alam, sumber keuangan untuk pembiayaan, modal atau dana pinjaman, produk yang diciptakan memiliki kualitas yang baik, bisa melalui inovasi produk, memiliki strategi pemasaran, fasilitas yang dimiliki UMKM, lokasi atau outlet UMKM, dan tingkat keuntungan.
- 2) Faktor eksternal meliputi teknologi informasi, pasar dan pemasaran, birokrasi dengan kebijakan ekonomi, pelanggan, kompetitor, pemasok, kondisi lingkungan seperti ekonomi, sosial dan budaya.

d. Upaya Meningkatkan Kinerja Usaha

UMKM harus bisa menumbuhkan kualitasnya agar dapat bersaing dengan kompetitor, hal tersebut dapat dilakukan dengan beberapa cara seperti yang disampaikan oleh (Rokhayati, 2015):

- 1) Mencoba memperbaiki kualitas produk yang diciptakan, dapat merujuk pada kualitas produk internasional dengan demikian produk UMKM tidak kalah saing dengan kompetitor global.
- 2) Memperluas akses informasi ke pasar global, misalnya dengan memasarkan secara *online*.
- 3) Meng-*upgrade* ilmu pengetahuan dan teknologi.
- 4) Menumbuhkan kualitas sumber daya manusia dan kemampuan kompetensi sehingga menghasilkan semangat jiwa wirausaha dan keterampilan para tenaga kerja.
- 5) Memperluas akses finansial dengan lembaga keuangan, agar memudahkan dalam modal dan kredit usaha.
- 6) Merambah upaya pemasaran produk yang diunggulkan untuk berhasil tembus ke pasar global.
- 7) Menjaring relasi dengan pihak yang dapat membantu meningkatkan keberhasilan di sektor UMKM.

e. Manfaat Kinerja Usaha

Melakukan penilaian kinerja banyak memberi keuntungan bagi perusahaan (Winbaktianur et al., 2020), tidak hanya untuk mengetahui seberapa jauh tercapainya tujuan yang sudah dirancang tetapi dapat berupa:

- 1) Mengetahui tercapai atau tidaknya rencana yang sudah dirancang dalam lingkup finansial maupun non finansial
- 2) Menyajikan gambaran terhadap besarnya keuntungan secara finansial
- 3) Dijadikan pedoman dalam membuat rencana selanjutnya dan program pengendaliannya
- 4) Memudahkan dalam menarik minat calon investor

- 5) Meyakinkan pihak bank atau lembaga keuangan yang lain dalam menyalurkan dana.

f. Indikator Kinerja Usaha

Menurut (Munizu, 2010) kinerja usaha dapat diukur dengan beberapa indikator seperti:

1) Meningkatnya transaksi penjualan

Tumbuhnya penjualan menggambarkan kondisi pasar dalam menerima produk maupun jasa yang dapat memengaruhi usaha agar mampu bertahan. Kesuksesan tingkat penjualan pada periode sebelumnya dapat digunakan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan pada periode selanjutnya. Tingginya volume penjualan juga berdampak pada meningkatnya pendapatan, dengan begitu kinerja usaha turut meningkat.

2) Modal yang dimiliki bertambah

Modal usaha terbagi atas modal sendiri dan modal eksternal. Pertumbuhan modal dinilai berdasarkan perubahan modal yang dimiliki saat ini dengan periode sebelumnya baik itu modal sendiri ataupun modal eksternal.

3) Penambahan jumlah tenaga kerja

Jika suatu perusahaan kian besar, maka kegiatan operasional dalam perusahaan juga kian banyak, untuk itulah banyaknya tenaga kerja yang dimiliki oleh suatu perusahaan menggambarkan bahwa usaha tersebut semakin maju.

4) Meningkatnya pertumbuhan pasar

Pertumbuhan pasar menggambarkan tingkat penerimaan pasar dari suatu produk yang ditawarkan. Hal ini dapat dideteksi dengan permintaan dan penawaran. Permintaan dianalisa melalui sasaran konsumen, total konsumen, kebutuhan yang diperlukan dan jumlah kebutuhan setiap tahun. Penawaran dideteksi dengan keberhasilan pelaku usaha dalam menciptakan produk.

5) Laba atau keuntungan meningkat

Secara umum tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan usaha yaitu memaksimalkan keuntungan agar dapat menjaga keberlangsungan usahanya. Laba biasa dipakai untuk mengukur kinerja suatu perusahaan. Semakin bertumbuhnya laba menandakan kinerja suatu perusahaan tersebut kian membaik.

B. Kajian Pustaka

Terdapat beberapa sumber penelitian yang dapat dijadikan referensi dalam penulisan penelitian ini, adapun penelitiannya sebagai berikut:

Jurnal penelitian yang dilakukan Siska Narulita, Suhaji, dan Retno Ginanjar yang berjudul “Analisis Pengaruh Implementasi Teknologi Informasi terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada Perusahaan Telekomunikasi di Kota Semarang)” menghasilkan adanya pengaruh signifikan dari variabel kemudahan penggunaan teknologi informasi pada kinerja. Berbeda dengan variabel kemanfaatan yang tidak menunjukkan pengaruh pada kinerja pegawai, disebabkan karena pegawai lebih nyaman dengan cara tradisional dan tidak berminat untuk beralih ke teknologi informasi yang lebih praktis dan terbaru (Narulita et al., 2022).

Jurnal penelitian oleh Ahmad Ferdiansyah dan Eri Bukhari yang berjudul “Pengaruh Modal, *Financial Knowledge*, Teknologi dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM Fashion di Bekasi Utara”, menunjukkan hasil dari keempat variabel independennya memengaruhi kinerja usaha dengan hasil nilai F hitungnya lebih tinggi sebesar 10,555 (Ferdiansyah & Bukhari, 2021).

Skripsi oleh (Yamirudin, 2019) yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Bisnis dan Keunggulan Bersaing (Studi Sentra UKM Gerabah di Kasongan Bantul)”, hasil nilai koefisien determinasi menunjukkan besarnya nilai R^2 sebesar 0,608 yang artinya adanya perubahan keunggulan bersaing di UKM Gerabah, dipengaruhi oleh inovasi pada produk, kualitas produknya juga kinerjanya sejumlah 60.8 persen serta selebihnya dipengaruhi variabel lain.

Jurnal penelitian yang dilakukan (Hasnatika & Nurnida, 2018) yang berjudul “Analisis Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” di Kota Serang” menunjukkan nilai koefisien determinasi inovasi suatu produk berpengaruh pada keunggulan usaha untuk bersaing sebanyak 77.8 persen dan selebihnya diterangkan variabel lain.

Jurnal penelitian oleh (Methasari et al., 2018) yang berjudul “Analisis Orientasi Pasar, Inovasi dan Kreativitas terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM di Kabupaten Madiun” menghasilkan temuan variabel bahwa ketiga variabel independennya memiliki pengaruh secara sebagian serta berpengaruh secara keseluruhan pada kenaikan kinerja pemasarannya karena nilai probabilitas $< 0,05$ ($\text{sig} < 5\%$).

Jurnal penelitian oleh (Taufiq et al., 2020) dengan judulnya “Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Penggunaan Sistem Akuntansi terhadap Kinerja UMKM”, menunjukkan hasil uji F bahwa F hitung $>$ F tabel sebesar $36,743 > 2,75$ yang berarti secara simultan semua variabel independennya berpengaruh signifikan pada tingginya kinerja usaha.

Tabel 2. 1
Kajian Pustaka

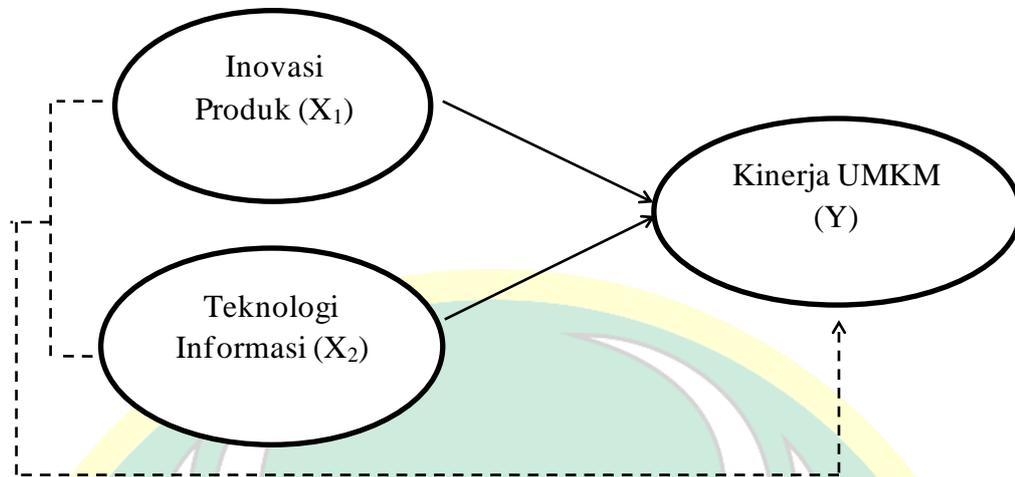
No	Nama, Tahun, Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Siska Narulita et al., 2022, “Analisis Pengaruh Implementasi Teknologi Informasi terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada	Kemudahan penggunaan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan, berbeda dengan kemanfaatan	Variabel independen teknologi informasi	Topik yang dibahas pada skripsi ini yaitu UMKM

	Perusahaan Telekomunikasi di Kota Semarang)”	penggunaan teknologi yang tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja karyawan.		
2	Ahmad Ferdiansyah dan Eri Bukhari, 2021, “Pengaruh Modal, Financial Knowledge, Teknologi dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Fashion di Bekasi Utara”	Secara simultan, kinerja UMKM dipengaruhi oleh semua variabel independennya yang dapat memberi pertumbuhan pada kegiatan usaha sehingga berdampak pada meningkatnya kinerja	Variabel independen teknologi serta variabel dependen yaitu Kinerja UMKM	- Penelitian terdahulu ada empat variabel independen, skripsi ini hanya dua variabel independen - Objek penelitian skripsi ini sektor kuliner
3	Yamirudin, 2019, “Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis dan Keunggulan Bersaing (Studi Pada Sentra UKM	Pengembangan inovasi produk dan kualitas produk mempengaruhi peningkatan kinerja perusahaan, selanjutnya	Topik yang dibahas mengenai inovasi produk dan kinerja UMKM.	- Kinerja sebagai variabel mediasi - Penelitian terdahulu ada dua variabel dependen,

	Gerabah di Kasongan Bantul Yogyakarta)”	kinerja perusahaan yang tinggi akan mendorong kemampuan perusahaan untuk bersaing karena memiliki keunggulan dari inovasi tersebut.		skripsi ini hanya satu variabel dependen.
4	Imas Fatimah H dan Ida Nurnida 2018, “Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM “Duren KPK (Kamu Pasti Kembali)” di Kota Serang”.	Produk dari UKM “Duren KPK” sukar ditiru oleh kompetitor, pelaku usaha ini sudah melakukan pembaharuan dalam menciptakan produk yang baru. Dalam keunggulan bersaing, UKM ini memiliki harga produk yang terjangkau.	Variabel independen yang sama yaitu inovasi produk	- Penelitian terdahulu hanya satu variabel independen, sedangkan penelitian ini ada dua variabel independen. - Variabel dependen keunggulan bersaing
5	Melanny	Orientasi pasar,	Kedua	Penelitian

	Methasari et al., 2018, “Analisis Orientasi Pasar, Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM di Kabupaten Madiun”	inovasi produk, dan kreativitas berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran	penelitian ini memiliki variabel independen yang sama yaitu inovasi	terdahulu menggunakan variabel independen orientasi pasar dan kreativitas, penelitian ini menggunakan variabel teknologi informasi.
6	Muhammad Taufiq et al., 2020, “Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Penggunaan Sistem Akuntansi terhadap Kinerja UMKM”	Keseluruhan variabel independennya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM	Variabel independen inovasi produk dan variabel dependen kinerja UMKM	Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen kualitas produk dan sistem akuntansi

C. Model Penelitian



Penjelasan:

———— : Berpengaruh sebagian

- - - - : Berpengaruh keseluruhan

Berdasarkan ilustrasi, inovasi produk (X₁) dan teknologi informasi (X₂) yang berperan sebagai variabel bebas akan mempengaruhi variabel terikat. Selanjutnya yaitu kinerja UMKM (Y) berperan sebagai variabel terikat, di mana variabel ini akan mendapat pengaruh dari variabel bebas.

D. Hipotesis Penelitian

1. Hipotesis

Dugaan sementara atas rumusan masalah penelitian yang dikemukakan dalam wujud kalimat pertanyaan merupakan definisi dari hipotesis (Sugiyono, 2016). Adapun hipotesis yang dirumuskan pada penelitian ini yaitu:

a. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM

Inovasi produk menurut (Dhewanto et al., 2014) adalah hasil dari pengembangan produk baru yang dilakukan pelaku usaha atau industri pada produk yang lama maupun yang baru diluncurkan sehingga sangat penting bagi perusahaan untuk melakukan inovasi pada produk agar konsumen tidak merasa jenuh dengan produk-produk yang ditawarkan.

Penelitian terdahulu oleh (Taufiq et al., 2020) yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Penggunaan Sistem

Akuntansi”, menunjukkan hasil bahwa variabel inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan dan bersifat positif terhadap kinerja UMKM. Adapun penelitian (Methasari et al., 2018) yang berjudul “Analisis Orientasi Pasar, Inovasi dan Kreativitas terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM di Kabupaten Madiun”, menghasilkan inovasi secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja pemasaran UMKM. Berdasarkan teori dan hasil penelitian di atas dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H1 : Inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja UMKM

b. Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kinerja UMKM

Lucas (2000) dalam (Darmawan, 2012) mengemukakan teknologi informasi yaitu semua bentuk teknologi yang diaplikasikan untuk pemrosesan dan pengiriman informasi dalam bentuk elektronik misal nya komputer, alat baca *barcode*, perangkat lunak untuk memproses transaksi dan perangkat komunikasi jaringan. Penelitian terdahulu oleh (Setyawati, 2020) yang berjudul “Teknologi Informasi dan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah” menyimpulkan variabel teknologi informasi dapat mempengaruhi kinerja usaha. Penelitian lain oleh (Adietya et al., 2015) yang berjudul “Analisis Pengaruh Teknologi Informasi dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Organisasi”, menunjukkan adanya pengaruh signifikan pada teknologi informasi terhadap keunggulan bersaing dan kinerja organisasi. Penggunaan teknologi yang efisien meningkatkan kinerja organisasi menjadi lebih baik. Berdasarkan konsep beserta temuan terdahulu yang telah dikemukakan, dapat diperoleh hipotesis:

H2 : Teknologi informasi dapat mempengaruhi kinerja UMKM

c. Pengaruh Inovasi Produk dan Teknologi Informasi terhadap Kinerja UMKM

Penelitian terdahulu oleh (Alfulaifah & Soehari, 2020) yang berjudul “Pengaruh Inovasi, Teknologi Informasi, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha”, menghasilkan inovasi maupun

pengaplikasian teknologi informasi berpengaruh signifikan pada kenaikan kinerja. Penelitian dari (Hasanah et al., 2021) dengan judul “Pengaruh Inovasi dan Teknologi Informasi terhadap Kinerja UMKM Pakaian Sasirangan di Kota Banjarmasin”, memberikan simpulan bahwasanya inovasi dan teknologi informasi yang digunakan berpengaruh signifikan pada kinerja usaha, yang menjadikan lebih bersaing dan menunjang dalam memperluas pasar.

H3 : Inovasi produk dan teknologi informasi dapat mempengaruhi kenaikan kinerja usaha

E. Landasan Teologis

Allah SWT mengajak umat muslim agar mempunyai kapabilitas perubahan seperti melakukan inovasi ataupun kreativitas. Berusaha dan melakukan yang terbaik, menjaga nikmat yang baik dari Allah agar tidak berubah menjadi buruk (Mundzir, 2019). Melalui QS. Ar-Ra'd ayat 11, Allah SWT bersabda:

﴿ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ ﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”

Melakukan perubahan pada suatu kondisi juga harus berlandaskan pada akidah Islam yang dijadikan sebagai dasar penerapan ilmu pengetahuan seorang muslim. Seperti yang tertulis dalam QS. Al-‘Alaq ayat 1:

﴿ أَمْرًا بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ﴾

Artinya: “Bacalah dengan (menyebut) nama TuhanMu Yang menciptakan.”

Ayat tersebut bermakna Allah memerintahkan hambaNya untuk membaca agar mendapat ilmu pengetahuan yang amat berguna dalam mengubah peradaban di muka bumi, salah satunya yaitu munculnya teknologi sebagai penunjang aktivitas manusia (Ilmi, 1997).

Adanya ilmu pengetahuan yang semakin berkembang, manusia bisa melakukan berbagai hal. Dalam ekonomi Islam, manusia diperintahkan untuk berkreasi dan bekerja dengan baik. Islam mengajak umatnya untuk berusaha dan bekerja keras. Islam juga memberi peringatan agar tidak mudah putus asa

dan sebisa mungkin menjauhi rasa malas (Wibowo & Supriadi, 2013), seperti yang tertuang dalam QS. Al-Mulk Ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu kembali setelah dibangkitkan”.

Bekerja telah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Kerja atau amal adalah hakikat keberadaan manusia. Artinya manusia ada karena kerja dan kerja itulah yang mengisi eksistensi kemanusiaannya. Dengan melakukan pekerjaan dengan baik, orang-orang akan mengetahui siapa dirinya, apakah seorang pedagang atau nelayan dan yang lainnya. Sebagaimana dalam firman Allah pada Q.S. At-Taubah ayat 105 yang berbunyi:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: “Dan Katakanlah: “Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”.

Terdapat kata amal dalam ayat di atas, yang memiliki makna luas. Azhari Akmal Tarigan dalam bukunya Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Al-Qur'an menjelaskan makna lebih luas dalam konteks amal. Kata amal melingkupi segala aktivitas manusia yang bertujuan untuk menghasilkan barang dan jasa. Inilah yang disebut kerja dalam makna luas. Melakukan pekerjaan bisa baik bisa juga yang buruk. Semuanya tidak tersembunyi bagi Allah dan juga manusia pada umumnya. Orang yang bekerja dengan baik, tidak hanya mendapat keuntungan material tetapi juga keuntungan spiritual. Apa yang menjadi balasan dalam suatu pekerjaan, itu tergantung dari apa yang dikerjakannya (Afiruddin, 2021).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif ialah metode yang dipergunakan untuk mengetahui besaran populasi atau sampel yang kemudian mengumpulkan datanya memakai seperangkat alat penelitian serta menganalisis datanya secara angka/statistik. Metode kuantitatif bertujuan untuk mengukur sejauh mana dugaan sementara yang sudah dikemukakan (Sugiyono, 2016).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi diadakannya penelitian ini berada di Kabupaten Purbalingga. Dilakukan mulai bulan Januari hingga bulan Mei 2022.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi dapat dipahami sebagai area generalisasi yang terbagi atas obyek maupun subyek, memiliki kadar dan ciri-ciri spesifik yang telah ditentukan pengamat agar dipahami dan selanjutnya dibuat kesimpulan (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini populasinya yaitu pegiat UMKM sektor kuliner Kabupaten Purbalingga.

2. Sampel

Sampel yaitu sebagian dari keseluruhan yang diperoleh dari populasi dan diperlukan dalam penelitian (Sugiyono, 2016).

Untuk menentukan besarnya sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *unknown population* menurut Wibisono dalam Riduwan dan Akdon (2013:255) dikarenakan jumlah populasi sektor kuliner yang tidak diketahui (S. L. Nasution, 2019).

Adapun rumusnya seperti di bawah:

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2} \delta}{\varepsilon} \right]^2$$

Penjelasan:

- n = total sampel
 Z_{α} = hasil tabel Z = 0,05
 δ = standar deviasi
 ε = batas kesalahan yang ditolerir

Jika formula tersebut diturunkan maka sampel pada penelitian ini yaitu:

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2} \delta}{\varepsilon} \right]^2 = \left[\frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right]^2 = 96,04 \approx 96 \text{ responden}$$

Dari hasil formula tersebut, dihasilkan n sebanyak 96,04 dengan demikian pembulatan sampelnya sebesar 100. Sehingga jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 informan.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu *nonprobability sampling*, merupakan metode penarikan sampel dengan tidak memberikan harapan yang sama untuk tiap bagian dari populasi yang dijadikan sampel. Sedangkan teknik sampelnya memakai *purposive sampling*, merupakan cara menentukan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016).

Adapun kriteria yang digunakan untuk dapat mengetahui besarnya sampel yang akan diambil dalam penelitian yaitu responden merupakan pegiat UMKM sektor kuliner Kabupaten Purbalingga yang sudah berdiri 1 tahun atau lebih

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Independen (Bebas)

Variabel independen atau biasa dikenal dengan variabel X dalam statistik penelitian. Variabel bebas ialah variabel penyebab munculnya

variabel terikat (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini, variabel independennya meliputi inovasi produk serta teknologi informasi.

2. Variabel Dependen (Terikat)

Simbol variabel dependen adalah Y. Variabel Y dapat dipahami sebagai variabel yang mendapatkan pengaruh dari variabel X (Sugiyono, 2016). Variabel dependen pada penelitian ini ialah kinerja UMKM.

Tabel 3. 1
Indikator Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Inovasi Produk	Inovasi produk adalah hasil dari pengembangan produk baru yang dilakukan pelaku usaha atau industri pada produk yang lama maupun yang baru diluncurkan (Dhewanto et al., 2014).	1. Perluasan lini produk 2. Menirikan produk lain 3. Penciptaan produk baru Lukas & Ferrel (2002:204) dalam (Djodjobo & Tawas, 2014)
Teknologi Informasi	Lucas (2000) dalam (Darmawan, 2012) mengemukakan teknologi informasi yaitu semua bentuk teknologi yang diaplikasikan untuk pemrosesan dan pengiriman informasi dalam bentuk elektronik misalnya komputer, alat baca <i>barcode</i> , perangkat lunak untuk memproses transaksi dan perangkat komunikasi jaringan.	1. Intensitas penggunaan. 2. Frekuensi penggunaan 3. Jumlah aplikasi/ <i>software</i> yang dipakai. Thompson et al (1991) dalam (Jin, 2003)
Kinerja UMKM	Kinerja usaha menurut Jauch dan Glueck (1988) yaitu suatu	1. Tingkat pertumbuhan penjualan

	tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu.	2. Pertumbuhan modal yang meningkat 3. Penambahan tenaga kerja 4. Pemasaran semakin luas 5. Pertambahan keuntungan atau laba usaha (Munizu, 2010)
--	--	---

E. Pengumpulan Data Penelitian

1. Sumber Data Penelitian

a) Data Primer

Penelitian ini menggunakan sumber utama dari lapangan melalui interaksi langsung pada observasi pendahuluan dengan pihak Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Purbalingga, selain itu informasi dari pegiat UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga yang telah menerapkan inovasi produk dan penggunaan teknologi informasi, selanjutnya akan disebarkan kuesioner kepada sejumlah 100 responden pegiat UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga.

b) Data Sekunder

Pada penelitian ini didapatkan data sekunder melalui media lain seperti jurnal, buku, artikel di internet, data UMKM di Kabupaten Banjarnegara, Banyumas, Cilacap, dan Purbalingga, serta sumber lain yang relevan dengan penelitian ini.

2. Teknik Pengumpulan Data

Supaya mendapatkan informasi yang akurat, maka penelitian ini menggunakan metode lapangan, meliputi:

a. Kuesioner

Angket/kuesioner merupakan salah satu sistem penghimpunan informasi dengan memberikan sejumlah pertanyaan kepada informan untuk kemudian dijawabnya (Sugiyono, 2016). Penghimpunan datanya dibuat memakai skala likert, yang dipergunakan untuk menilai tanggapan

serta pandangan individu maupun sekelompok mengenai gambaran sosial yang terjadi. Kuesioner tersebut diberikan kepada pelaku UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga yang nantinya akan menjadi sampel penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pertanyaan dengan skor sebagai berikut:

Skala 1 : Berarti “Sangat Tidak Setuju”

Skala 2 : Berarti “Tidak Setuju”

Skala 3 : Berarti “Ragu-Ragu”

Skala 4 : Berarti “Setuju”

Skala 5 : Berarti “Sangat Setuju”

b. Observasi

Observasi ialah salah satu teknik menghimpun data yang terbentuk melalui peninjauan serta pengetahuan (Sugiyono, 2016). Peneliti melakukan observasi untuk memperoleh keterangan dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah dan pegiat UMKM sektor kuliner Kabupaten Purbalingga.

F. Analisis Data Penelitian

1. Uji Keabsahan Data

a. Uji Validitas

Merupakan pengujian untuk mengukur tingkat keabsahan angket. Pengujian validitas digunakan sebagai parameter sejauh mana kesesuaian antara pertanyaan pada angket dengan kondisi sebenarnya. Untuk mengukur valid atau tidaknya data yang diteliti bisa dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* ($df = n-2$) dengan batas kesalahan 0,05 (Ghozali, 2013).

Kriteria pengujian validitas ini yaitu:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pengujian tersebut valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pengujian tersebut tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas ialah suatu pengukuran yang dipakai guna menguji seperangkat angket yang menjadi indikator dari variabel. Sebuah

kuesioner dinyatakan *reliable* bila opini responden tentang pernyataan stabil/konsisten meskipun dilakukan pengujian dua kali atau lebih pada kondisi dan pengukuran serupa. Pengukuran pada pengujian ini memakai sistem *Cronbach Alpha*. Dikatakan instrumen tersebut reliabel bila nilai koefisien *Cronbach Alpha* > 0.60 (Trihendradi, 2013).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas berguna mengukur seberapa normalnya kualitas residu yang sudah distandardisasi dalam metode regresi. Uji normalitas yang dipakai yaitu dengan *Kolmogorov Smirnov*. Nilai residual dinyatakan menyebar normal apabila besarnya signifikansi melebihi 0.05 (Suliyanto, 2011).

b. Uji Multikolinearitas

Pengukuran ini bertujuan untuk menilai apakah ditemukan korelasi yang tinggi antar variabel bebas (independen) pada model regresi yang terbentuk. Dikatakan mengandung gejala multikolinier bila ditemukan korelasi yang tinggi di antara variabel bebas pada model regresi. Multikolinieritas dapat diketahui dengan melihat nilai *Tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari variabel independen terhadap variabel dependennya. Model regresi dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas jika nilai TOL $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 (Suliyanto, 2011).

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas ini memakai metode *Glejser*, pengujiannya dengan meregresi keseluruhan variabel independennya atas nilai total residunya. Bila ada sebab yang mengakibatkan variabel independen berpengaruh atas nilai mutlak residual, dipastikan adanya gejala heteroskedastisitas. Apabila (Sig. $> \alpha$), dianggap metode ini tidak terdapat masalah heteroskedastisitas atau jika t hitung $< t$ tabel (Suliyanto, 2011).

3. Analisis Data

a. Analisis Regresi Berganda

Pengujian dalam penelitian ini memakai analisa regresi linier berganda. Penjelasan regresi berganda menurut (Suliyanto, 2011) ialah apabila lebih dari satu variabel independen mampu memengaruhi variabel terikatnya, dengan demikian korelasi variabel Y bersama variabel X (X_1, X_2, \dots) secara umum persamaan regresi linier berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = kinerja UMKM (variabel dependen)

α = konstanta

β_1 = koefisien regresi inovasi produk (independen)

β_2 = koefisien regresi teknologi informasi (independen)

X_1 = inovasi produk (variabel independen)

X_2 = teknologi informasi (variabel independen)

ε = standar error

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Pengujian ini berguna mengukur apakah variabel independen mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen. Suatu variabel dikatakan berpengaruh yang berarti apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Karena pengujian ini menggunakan dua ujung maka $df = \alpha/2, (n-k)$ (Suliyanto, 2011).

b. Uji F (Simultan)

Pengujian ini berguna untuk mengetahui keakuratan suatu model. Uji F dilakukan untuk mendeteksi apakah variabel independen yang digunakan bisa mempengaruhi perubahan nilai variabel dependennya. Persamaan regresi yang terbentuk sesuai kriteria fit (cocok) jika f_{hitung} nya melebihi f_{tabel} dengan $df: \alpha, (k-1), (n-k)$ (Suliyanto, 2011).

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian R^2 berguna menguji seberapa jauh variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Nilai R^2 ini berkisar antara nol sampai satu. Hasil R^2 yang rendah menunjukkan terbatasnya variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen. Jika hasil R^2 mengarah angka 1, dinyatakan mampu memengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2013).



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bahwa yang dimaksud dengan usaha mikro yaitu usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha perorangan, usaha kecil yaitu usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dikuasai secara langsung maupun tidak dari usaha menengah atau usaha besar, sedangkan usaha menengah yaitu usaha ekonomi produktif oleh perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang yang dimiliki secara langsung maupun tidak dengan usaha kecil atau usaha besar yang secara menyeluruh kriterianya diatur dalam peraturan pemerintah tersebut.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah diklasifikasi menurut perbedaan aset dan omset per tahun di masing-masing sektor usaha pada usaha mikro, kecil, dan menengah. Secara rinci, klasifikasi tersebut terbagi atas:

- a. Usaha mikro memiliki kekayaan bersih maksimum Rp1.000.000.000 dengan omset maksimum Rp2.000.000.000 (tidak termasuk tanah dan bangunan).
- b. Usaha Kecil mempunyai modal lebih dari Rp1.000.000.000 - Rp5.000.000.000 dengan omset tahunan mulai dari Rp2.000.000.000 - Rp15.000.000.000 (tidak termasuk tanah dan bangunan).
- c. Usaha menengah mempunyai modal lebih dari Rp5.000.000.000 - Rp10.000.000.000 dengan omset mulai dari Rp15.000.000.000 - Rp50.000.000.000 (tidak termasuk tanah dan bangunan).

2. Kinerja UMKM di Indonesia

Di dalam buku (Dewi & Sihombing, 2019) yang menjelaskan UMKM memiliki peran yang strategis dalam membangun ekonomi suatu negara, tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi tetapi mampu menyerap tenaga kerja dan mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Keberadaan UMKM di negara ketiga seperti di Indonesia sering dikaitkan dengan permasalahan ekonomi dan sosial misalnya besarnya pengangguran, tingkat kemiskinan, tidak meratanya distribusi pendapatan, dan proses pembangunan yang tidak merata di perkotaan dan pedesaan. Kinerja dari UMKM diharapkan dapat berkembang dan memberikan kontribusi positif terhadap upaya menganggulangi permasalahan tersebut. UMKM mampu bertahan ditengah krisis ekonomi, hal ini dikarenakan oleh beberapa hal:

- a. Sebagian besar UMKM menciptakan produk-produk konsumsi yang tidak tahan lama.
- b. UMKM lebih mengandalkan pada *non-banking financing* dalam aspek pendanaan usaha.
- c. Secara umum, UMKM melakukan spesialisasi produk yang ketat, artinya hanya menciptakan produk tertentu saja.
- d. Terbentuknya UMKM baru sebagai akibat dari banyaknya pemutusan hubungan kerja di sektor formal

3. Peran UMKM dalam Sektor Ekonomi

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara sebagai penopang pertumbuhan ekonomi. Hadirnya UMKM mampu menjadi motor penggerak kewirausahaan dan pembangunan ekonomi.

John V. Petrof (1986) dalam (Dhewanto et al., 2014) mengemukakan secara umum tentang UMKM dalam menyalurkan kontribusi positif bagi pembangunan ekonomi, di antaranya:

- a. Mempunyai peran membawa calon pembeli dan penjual dan menyalurkan informasi mengenai kualitas produk.
- b. Pelaku usaha kecil menyerap langsung sumber daya dalam kegiatan ekonomi.

- c. Menurunnya permintaan produk impor, harga domestik dengan cepat ditransmisikan ke masyarakat sehingga merangsang permintaan produk dalam negeri serta potensi pertumbuhan domestik dan ekspor yang tinggi.
- d. Perusahaan kecil menyebar luas di seluruh pelosok negeri dapat memberikan manfaat pembangunan ekonomi dan memperbaiki standar hidup masyarakat

4. Kekuatan dan Permasalahan UMKM

Stefanovic, et al., (2009) dalam buku (Dhewanto et al., 2014) memaparkan beberapa kekuatan yang dimiliki UMKM, sebagai berikut:

a. Kekuatan UMKM

1) Tingginya Fleksibilitas

UMKM mampu menanggapi dengan tangkas permintaan konsumen karena dimensi perusahaan yang kecil.

2) Semangat Berwirausaha

Semangat jiwa wirausaha pada UMKM termasuk tinggi, setiap pelaku usaha mempunyai kemandirian yang tinggi, oleh karenanya harapan dan semangat para pelaku usaha dapat dimanfaatkan untuk melestarikan budaya inovasi agar terus berkembang.

3) Kompetisi

Terbatasnya jumlah tenaga kerja dan modal yang minim menjadikan UMKM bisa menganalisa secara detail, keuntungan tersebut, mempermudah dalam menetapkan fungsi dan peran dengan pengetahuan dan *skill* bersama.

4) Inovasi yang Efisien

Koordinasi dengan karyawan cukup mudah dalam UMKM. Pengendalian yang dilakukan secara langsung menguntungkan pegawai UMKM memperoleh peluang dan kesempatan baru untuk menumbuhkan dan mengembangkan inovasi.

b. Kelemahan atau masalah-masalah yang dihadapi UMKM:

Secara umum, masalah-masalah yang dihadapi UMKM menurut (Dewi & Sihombing, 2019) di antaranya:

1) Anggaran yang terbatas

Modal menjadi faktor utama yang dibutuhkan untuk memperluas suatu usaha. Minimnya modal yang dimiliki UMKM ini karena secara umum usaha kecil dan menengah yaitu usaha yang dimiliki perorangan yang mengandalkan anggaran dari pemilik yang jumlahnya terbatas. Apabila meminjam ke bank atau lembaga keuangan yang lain dirasa sulit karena syarat administratif dan teknis yang kurang dapat dipenuhi seperti agunan, karena tidak semua UMKM mempunyai aset yang cukup untuk dijadikan agunan.

2) Kualitas sumber daya manusianya kurang

Hampir sebagian besar dari usaha kecil tumbuh dari usaha keluarga yang terjadi secara turun-temurun. Terbatasnya sumber daya manusia pada UMKM mulai dari faktor pendidikan formal maupun keterampilan sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelolaan usaha, yang menjadikan usaha tersebut sukar untuk berkembang secara optimal.

3) Mentalitas pengusaha UMKM

Satu hal yang mudah dilupakan dalam lingkup UMKM adalah semangat berwirausaha para pengusaha UMKM tersebut. Semangat ini bermakna bersedia untuk terus berinovasi, rajin pantang menyerah, rela berkorban dan semangat untuk mengambil resiko.

4) Sifat produk yang dihasilkan

Sebagian besar produk industri kecil mempunyai kriteria sebagai produk dan kerajinan yang tidak tahan lama atau produk yang dihasilkan mudah rusak.

B. Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap 100 informan, yang diambil sebagai sampel populasi dari UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga.

Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Nonprobability sampling* adalah suatu metode pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan suatu kriteria tertentu. Kriteria ini yaitu UMKM sektor kuliner yang berdiri 1 tahun atau lebih. Adapun karakteristik responden akan dijabarkan dalam tabel di bawah:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini merupakan pegiat UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga yang berjumlah 100 responden. Berdasarkan hasil dari penelitian 100 responden yang telah mengisi kuesioner dapat dilihat mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin tersebut, diantaranya:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	56	56%
2	Perempuan	44	44%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer diolah

Tabel 4.1 menerangkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 56 responden atau 56% dan selebihnya 44 responden atau 44% dari responden perempuan. Dengan demikian dapat disimpulkan responden pegiat UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga dalam penelitian ini didominasi oleh pegiat UMKM yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sejumlah 56 responden atau 56%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden pada penelitian ini merupakan pegiat UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga dengan jumlah 100 responden.

Berdasarkan hasil dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner dapat dilihat mengenai karakteristik responden berdasarkan usia, diantaranya:

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	17-25	46	46%
2	26-35	37	37%
3	36-45	7	7%
4	46-55	10	10%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer diolah

Tabel 4.2 menjelaskan bahwa responden yang berusia 17 hingga 25 tahun sebanyak 46 responden atau 46%, usia 26 hingga 35 tahun berjumlah 37 responden atau 37%, usia 36 hingga 45 tahun sebanyak 7 responden atau 7%, dan usia 46 hingga 55 tahun sejumlah 10 responden atau 10%. Dengan demikian, pada penelitian ini responden lebih dominan yang berusia 17 hingga 25 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Responden dalam penelitian ini merupakan pegiat UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga dengan jumlah responden 100. Berdasarkan hasil dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan tingkat latar belakang pendidikan, di antaranya:

Tabel 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SD	2	2%
2	SMP	15	15%
3	SMA/K	69	69%
4	Sarjana/Diploma	14	14%
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer diolah

Tabel 4.3 menerangkan latar belakang pendidikan responden dengan pendidikan terakhir SD sebanyak 2 responden atau 2%, pendidikan terakhir SMP sebanyak 15 responden atau 15%, pendidikan terakhir SMA/K sebanyak 69 responden atau 69%, dan pendidikan terakhir Sarjana/Diploma sebanyak 14 responden atau 14%. Sehingga dapat diambil kesimpulan, responden terbanyak didominasi oleh pegiat UMKM dengan pendidikan terakhir SMA/K.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Responden dalam penelitian ini merupakan pegiat UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga dengan jumlah responden 100. Berdasarkan hasil dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan jenis usaha, di antaranya:

Tabel 4. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

No	Jenis Usaha	Jumlah	Persentase
1	Makanan	45	45%
2	Minuman	35	35%
3	Makanan & Minuman	20	20%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer diolah

Tabel 4.4 menerangkan bahwa responden dengan jenis usaha makanan sebanyak 45 atau 45%, jenis usaha minuman sebanyak 35 responden atau 35% dan jenis usaha keduanya atau makanan dan minuman sejumlah 20 responden atau 20%. Dengan demikian, responden pegiat UMKM lebih banyak yang mendirikan jenis usaha makanan dengan jumlah 45 responden.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Responden dalam penelitian ini merupakan pegiat UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga dengan jumlah responden 100. Berdasarkan hasil dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan lama usaha, di antaranya:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

No	Lama Usaha	Jumlah	Persentase
1	1-3 tahun	72	72%
2	4-6 tahun	22	22%
3	>6 tahun	6	6%
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer diolah

Tabel 4.5 menerangkan responden UMKM yang telah berdiri 1 hingga 3 tahun sejumlah 72 responden atau 72%, UMKM yang telah berdiri 4 hingga 6 tahun sebanyak 22 responden atau 22%, dan UMKM yang telah berdiri lebih dari 6 tahun sebanyak 6 responden atau 6%. Maka dapat diambil kesimpulan responden pegiat UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga pada penelitian ini lebih banyak yang telah berdiri 1 hingga 3 tahun dengan jumlah 72 responden atau 72%.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Responden dalam penelitian ini merupakan pegiat UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga dengan jumlah responden 100. Berdasarkan hasil dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan jumlah karyawan, di antaranya:

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

No	Jumlah Karyawan	Jumlah	Persentase
1	1-5 orang	87	87%
2	6-19 orang	12	12%
3	20-100 orang	1	1%
4	>100 orang	-	-
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer diolah

Pada tabel 4.6 di atas menjelaskan UMKM dengan jumlah karyawan 1 hingga 5 orang sebanyak 87 responden atau 87%, UMKM

dengan jumlah karyawan 6 hingga 19 orang sebanyak 12 responden atau 12%, UMKM dengan jumlah karyawan 20-100 orang sebanyak 1 responden atau 1%, dan sisanya tidak ada UMKM dengan karyawan lebih dari 100 orang.

C. Hasil Penelitian

1. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Merupakan pengujian untuk mengukur tingkat keabsahan angket. Pengujian validitas digunakan sebagai parameter sejauh mana kesesuaian antara pertanyaan pada angket dengan kondisi sebenarnya. Untuk mengukur valid atau tidaknya data yang diteliti bisa dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* ($df = n-2$) dengan batas kesalahan 0,05 (Ghozali, 2013).

Kriteria pengujian validitas ini yaitu:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pengujian tersebut valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pengujian tersebut tidak valid

Nilai r_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05. Adapun penentuan nilai r_{tabel} sebagai berikut :

$$\begin{aligned} r_{tabel} &= n - 2 \\ &= 100 - 2 \\ &= 98 \\ &= 0,1966 \end{aligned}$$

Lebih jelasnya, uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Inovasi Produk (X_1)	1	0,724	0,1966	Valid
	2	0,755	0,1966	Valid
	3	0,620	0,1966	Valid
	4	0,605	0,1966	Valid

	5	0,657	0,1966	Valid
Teknologi Informasi (X ₂)	1	0,816	0,1966	Valid
	2	0,881	0,1966	Valid
	3	0,833	0,1966	Valid
	4	0,804	0,1966	Valid
Kinerja UMKM (Y)	1	0,710	0,1966	Valid
	2	0,709	0,1966	Valid
	3	0,696	0,1966	Valid
	4	0,636	0,1966	Valid
	5	0,738	0,1966	Valid
	6	0,799	0,1966	Valid
	7	0,717	0,1966	Valid
	8	0,730	0,1966	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22

Menurut tabel 4.7 di atas dapat dilihat hasil pengujian validitas pada masing-masing item pertanyaan mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dibandingkan r_{tabel} , maksudnya adalah data pada variabel inovasi produk (X₁), teknologi informasi (X₂) dan kinerja UMKM (Y) dianggap valid. Dengan demikian angket yang digunakan pada penelitian ini dapat digunakan untuk analisis berikutnya.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas ialah suatu pengukuran yang dipakai guna menguji seperangkat angket yang menjadi indikator dari variabel. Sebuah kuesioner dinyatakan *reliable* bila opini responden tentang pernyataan stabil/konsisten meskipun dilakukan pengujian dua kali atau lebih pada kondisi dan pengukuran serupa. Pengukuran pada pengujian ini memakai sistem *Cronbach Alpha*. Dikatakan instrumen tersebut reliabel bila nilai koefisien *Cronbach Alpha* > 0.60 (Trihendradi, 2013).

Tabel 4. 8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Hitung Cronbach Alpha	Keterangan
Inovasi Produk (X_1)	0,687	Reliabel
Teknologi Informasi (X_2)	0,853	Reliabel
Kinerja UMKM (Y)	0,854	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22

Menurut tabel 4.8 di atas, dapat dilihat seluruh item pada inovasi produk (X_1), teknologi informasi (X_2), dan kinerja UMKM (Y) dianggap *reliable* karena menurut keterangan masing-masing variabel *Cronbach Alpha* melebihi 0,60 maka keseluruhan item pada penelitian ini dianggap *reliable* dan dapat digunakan untuk menguji hipotesis.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian ini berguna mengukur seberapa normalnya kualitas residu yang sudah distandardisasi dalam metode regresi. Uji yang dipakai yaitu *Kolmogorov Smirnov*. Hasil residu dinyatakan menyebar normal apabila besarnya signifikansi melebihi 0.05 (Suliyanto, 2011).

Tabel 4. 9
Hasil Uji Normalitas
One Sample Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.84070797
More Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.043
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Hasil olahan data angket SPSS 22

Menurut tabel di atas, dapat dilihat nilai signifikansi Asymp. Sig sebesar 0,200 di mana lebih tinggi dari 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa data tersebut terdistribusi dengan normal. Asumsi atau syarat normalitas pada model tersebut sudah terpenuhi.

a. Uji Multikolinearitas

Pengukuran ini bertujuan untuk menilai apakah ditemukan korelasi yang tinggi antar variabel bebas (independen) pada model regresi yang terbentuk. Dikatakan mengandung gejala multikolinear bila ditemukan korelasi yang tinggi di antara variabel bebas pada model regresi. Multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat nilai *Tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari variabel independen terhadap variabel dependennya. Model regresi dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas jika nilai TOL > 0,10 dan nilai VIF < 10 (Suliyanto, 2011).

Tabel 4. 10
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients	T	Sig	Collinearity Statistic	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (constant)	12.942	2.388		5.419	.000		
Inovasi Produk	.308	.101	.245	3.038	.003	.888	1.126
Teknologi Informasi	.843	.126	.541	6.712	.000	.888	1.126

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22

Menurut tabel di atas, dapat dilihat nilai VIF pada semua variabel independen mempunyai nilai VIF < 10, diantaranya variabel inovasi produk (X_1) sebanyak 1.126 dan variabel teknologi informasi (X_2) sebanyak 1.126. Kemudian pada nilai tolerance diketahui semua variabel nilai tolerance > 0,10, yakni variabel inovasi produk (X_1) sebesar 0,888

dan variabel teknologi informasi (X_2) sebesar 0,888. Berdasarkan nilai VIF < 10 dan TOL $> 0,10$ pada seluruh variabel tersebut, penelitian ini dianggap tidak ada gejala multikolinearitas pada model regresi linier bergandanya.

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas ini memakai metode *Glejser*, pengujiannya dengan meregresi keseluruhan variabel independennya atas nilai total residunya. Bila ada sebab yang mengakibatkan variabel independen berpengaruh atas nilai mutlak residual, dipastikan adanya gejala heteroskedastisitas. Apabila (Sig. $> \alpha$), dianggap metode ini tidak terdapat masalah heteroskedastisitas atau jika t hitung $< t$ tabel (Suliyanto, 2011).

Tabel 4. 11
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficient		Standarized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.892	1.435		2.713	.008
Inovasi Produk	-.098	.061	-.171	-1.605	.112
Teknologi Informasi	.015	.075	.022	.205	.838

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner SPSS 22

Merujuk pada tabel di atas, menerangkan bahwa semua variabel mempunyai nilai signifikansi $> 0,05$ yakni variabel inovasi produk (X_1) memiliki nilai 0,112 dan variabel teknologi informasi (X_2) memiliki nilai signifikansi 0,838. Dengan demikian pada penelitian ini model regresi yang digunakan dianggap tidak ada masalah heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Berganda

Pengujian dalam penelitian ini memakai analisa regresi linier berganda. Penjelasan regresi berganda menurut (Suliyanto, 2011) ialah apabila lebih dari satu variabel independen mampu memengaruhi variabel terikatnya, dengan demikian korelasi variabel Y bersama variabel X (X_1 , X_2 , ...dst) secara umum persamaan regresi linier berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = kinerja UMKM (Variabel dependen)

α = konstanta

β_1 = koefisien regresi inovasi produk (independen)

β_2 = koefisien regresi teknologi informasi (independen)

X_1 = inovasi produk (variabel independen)

X_2 = teknologi informasi (variabel independen)

ε = standar error

Tabel 4. 12
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients	T	Sig	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	12.942	2.388		5.419	.000
	Inovasi Produk	.308	.101	.245	3.038	.003
	Teknologi Informasi	.843	.126	.541	6.712	.000

Sumber: Pengolahan Hasil Data Kuesioner SPSS 22

Menurut data tabel di atas, dapat diambil persamaan regresi linear berganda pada masing-masing variabel Inovasi Produk (X_1) dan Teknologi Informasi (X_2) dalam Kinerja UMKM (Y) Sektor Kuliner di Kabupaten Purbalingga sebagai berikut:

$Y = 12.942 + 0,308X_1 + 0,843X_2 + \varepsilon$ dari persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diterangkan seperti pernyataan di bawah:

- a. Persamaan regresi $Y = 12.942 + 0,308X_1 + 0,843X_2 + \varepsilon$ mengungkapkan bahwa nilai bilangan konstanta bernilai positif yang menandakan apabila variabel inovasi produk (X_1) dan teknologi informasi (X_2) sama dengan nol maka nilai kinerja UMKM (Y) memiliki nilai 12.942.
- b. $b_1 = 0,380$, menunjukkan nilai koefisien dari variabel inovasi produk (X_1) memiliki nilai yang positif terhadap kinerja UMKM (Y). Dapat dimaknai juga variabel inovasi produk memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja UMKM. Hal demikian dapat diambil kesimpulan setiap inovasi produk (X_1) meningkat sebesar 1 satuan, dengan demikian kinerja UMKM (Y) juga akan meningkat sebesar 0,380 dengan asumsi variabel yang lain dianggap konstanta.
- c. $b_2 = 0,843$, menunjukkan nilai koefisien dari variabel teknologi informasi (X_2) memiliki nilai yang positif terhadap kinerja UMKM (Y). Dapat dimaknai juga variabel teknologi informasi memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja UMKM. Hal demikian dapat diambil kesimpulan setiap teknologi informasi (X_2) meningkat sebesar 1 satuan, dengan demikian kinerja UMKM (Y) juga akan meningkat sebesar 0,380 dengan asumsi variabel yang lain dianggap konstanta.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Pengujian ini berguna mengukur apakah variabel independen mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen. Suatu variabel dikatakan berpengaruh yang berarti apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Karena pengujian ini menggunakan dua ujung maka $df = \alpha/2, (n-k)$ (Suliyanto, 2011).

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= \alpha/2, (n-k) \\
 &= 0,05/2, (100-2) \\
 &= 0,025, 98 \\
 &= 1.98447
 \end{aligned}$$

Keterangan

N = jumlah sampel

K = jumlah variabel bebas

Tabel 4. 13
Hasil Uji t Coefficients^a

Model		Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients	T	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(constant)	12.942	2.388		5.419	.000
	Inovasi Produk	.308	.101	.245	3.038	.003
	Teknologi Informasi	.843	.126	.541	6.712	.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner menggunakan SPSS 22

Merujuk tabel di atas, dapat dilihat bahwa t hitung pada variabel Inovasi Produk (X_1) melebihi dari t tabel ($3.038 > 1.98447$) yang bermakna H_1 diterima. Hal demikian menandakan bahwa secara sebagian variabel inovasi produk (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM (Y).

Berikutnya berdasar tabel di atas juga, bahwa variabel teknologi informasi (X_2) memiliki nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($6.712 > 1.98447$) yang bermakna H_2 juga diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa secara sebagian variabel teknologi informasi (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM (Y).

b. Uji F (Simultan)

Pengujian ini berguna untuk mengetahui keakuratan suatu model. Uji F dilakukan untuk mendeteksi apakah variabel independen yang digunakan bisa mempengaruhi perubahan nilai variabel dependennya. Persamaan regresi yang terbentuk sesuai kriteria fit (cocok) jika F hitungnya melebihi F tabel dengan df: α , (k-1), (n-k) (Suliyanto, 2011).

F tabel = α , (k-1), (n-k)

= 0,05, (3-1), (100-3)

= 0,05 ; 2 ; 97

= 3,09

Tabel 4. 14
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	630.267	2	315.134	38.263	.000 ^b
	Residual	798.893	97	8.236		
	Total	1429.160	99			

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner menggunakan SPSS 22

Merujuk pada tabel di atas, memperlihatkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($38.263 > 3.09$) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 ($0.000 < 0.005$) yang menandakan bahwa variabel inovasi produk (X_1) dan teknologi informasi (X_2) secara keseluruhan memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian R^2 berguna menguji seberapa jauh variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen. Nilai R^2 ini berkisar antara nol sampai satu. Dikutip dari (Ghozali, 2013) hasil R^2 yang rendah menunjukkan terbatasnya variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen. Jika hasil R^2 mengarah angka 1, dinyatakan mampu memengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2013).

Tabel 4. 15
Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.664 ^a	.441	.429	2.86984

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner menggunakan SPSS 22

Merujuk tabel di atas, nilai adjusted R square sebesar 0.429. Menurut buku (Ghozali, 2013) jika R^2 mendekati angka nol maka terbatasnya

variabel independent dalam menerangkan variabel dependent. sehingga dapat dinyatakan bahwa inovasi produk (X_1) dan teknologi informasi (X_2) memiliki pengaruh sebesar 42,9% terhadap kinerja UMKM, dan sisanya sebesar 57,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada didalam penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner di Kabupaten Purbalingga

Merujuk hasil pengujian hipotesis pada uji t (uji parsial) memperlihatkan bahwa H_1 diterima dengan hasil t_{hitung} melebihi dari t_{tabel} ($3.038 > 1.98447$) dengan tingkat signifikansi $0.003 < .0.05$. Hal demikian menandakan bahwa secara sebagian variabel Inovasi Produk (X_1) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y). Inovasi produk bisa dijadikan parameter bagi pegiat UMKM sektor kuliner untuk mengetahui tinggi rendahnya suatu kinerja dalam usaha. Dengan demikian berdasarkan pengujian di atas jika pegiat UMKM sektor kuliner menerapkan perluasan lini produk, misalnya dengan menambahkan produk baru yang belum pernah diciptakan dalam bisnisnya atau menghasilkan produk baru atau juga mencoba meniru dari produk lain untuk dikembangkan dan dimodifikasi, maka akan menarik minat pelanggan yang berdampak pada kinerja dari UMKM juga akan meningkat.

Sesuai dengan data yang didapat dari penyebaran angket, bahwa pengaruh dari menghasilkan produk baru yang berbeda dengan produk di pasaran paling mendominasi sebagai salah satu faktor yang dilakukan pegiat UMKM sektor kuliner sebagai upaya meningkatkan kinerja usaha. Dengan menghadirkan produk baru yang belum pernah ada di pasaran dapat menarik konsumen untuk mencoba dan membeli, hal tersebut dapat menaikkan loyalitas pelanggan di mana akan timbul permintaan ulang yang selanjutnya bisa mempengaruhi kinerja usaha tersebut. Oleh karenanya, inovasi produk termasuk faktor yang penting bagi pegiat UMKM sektor kuliner dalam upaya meningkatkan kinerja usaha.

Selaras dengan pendapat (Dhewanto et al., 2014) yang mengungkapkan bahwa suatu perusahaan yang melakukan inovasi akan sigap terhadap kedinamisan pasar yang terus berubah, inovasi sebagai alat untuk menciptakan atau mempertahankan daya saing perusahaan. Peter Drucker (1954) menyatakan bahwa suatu perusahaan yang dapat bersaing mempunyai dua target seperti menciptakan *customer value* dan berinovasi. Inovasi produk bisa bermula dari keinginan konsumen tentang sebuah produk yang dapat mencukupi kebutuhan individu atau dengan memperluas produk baru yang akan dipasarkan. Dengan menghadirkan produk baru yang inovatif dapat mempertahankan kelangsungan usaha. Penelitian ini juga selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Taufiq et al., 2020) yang hasilnya bahwa variabel inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan dan bersifat positif terhadap kinerja UMKM.

2. Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner di Kabupaten Purbalingga

Merujuk hasil pengujian hipotesis pada uji t (uji parsial) memperlihatkan bahwa H_2 diterima dengan hasil t_{hitung} melebihi dari t_{tabel} ($6.712 > 1.98447$) dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa secara signifikan variabel teknologi informasi (X_2) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja UMKM (Y). Variabel teknologi informasi bisa dijadikan parameter bagi pegiat UMKM sektor kuliner dalam upaya meningkatkan kinerja usahanya.

Menggunakan beragam jenis teknologi informasi dalam menjalankan usaha bisa menjadikan kinerja usaha menjadi lebih baik. Sesuai dengan data yang diperoleh dari penyebaran angket, bisa diketahui bahwa jumlah perangkat teknologi informasi yang digunakan sangat berpengaruh dalam menumbuhkan tingkat kinerja bisnis. Semakin banyak aplikasi atau perangkat teknologi informasi yang diadopsi oleh pegiat usaha maka aktivitas dalam usaha juga semakin praktis karena teknologi informasi memberikan banyak kelebihan seperti kemudahan, kecepatan, dan

keakuratan data. Hal ini juga selaras dengan pendapat yang dikemukakan oleh Turban et al. (2015) bahwa menggunakan teknologi informasi dalam bisnis dapat menaikkan volume penjualan dan keuntungan yang selanjutnya dapat menciptakan pengalaman pelanggan dan kinerja bisnis. Hal tersebut bisa diwujudkan apabila tersedianya perangkat digital yang menjadikan pelanggan bisa melakukan sesuatu yang mereka inginkan melalui media yang dipilih (Jogiyanto, 2017).

Dengan sering dan rutin menggunakan teknologi informasi, pegiat UMKM menjadi semakin cakap karena terbiasa akan fitur-fitur dan bentuk teknologi yang terkini. Seperti contohnya pada penerapan teknologi informasi pada UMKM kuliner di Kabupaten Purbalingga yang sebagian besar telah mengadopsi teknologi informasi, mulai dari layanan pesan antar secara online melalui aplikasi GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Aplikasi layanan pesan antar tersebut dinilai memberikan banyak kelebihan dalam hal volume penjualan yang semakin meningkat karena pelaku usaha mendapatkan pelanggan yang datang langsung ke *outlet* maupun pesan melalui aplikasi tersebut. Selain itu menggunakan media transaksi non tunai QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) yang dapat diakses melalui dompet digital dengan alat pembaca barcode menjadikan pembayaran lebih aman karena terhindar dari uang palsu, transaksi cepat dan penjualan yang masuk tercatat otomatis, kekinian dan terpisahnya dana pribadi dengan dana bisnis. Peran media sosial juga sangat berarti, pelaku usaha dapat memberikan informasi yang *up to date* kepada pelanggan melalui media sosial seperti Instagram. Mereka juga dibantu oleh *influencer* dari Kabupaten Purbalingga untuk mempromosikan produk-produknya agar lebih dikenal luas dan dapat menaikkan volume penjualan. Oleh karenanya, teknologi informasi bisa dijadikan penentu bagi pegiat UMKM sektor kuliner dalam mengupayakan kinerjanya supaya lebih meningkat. Hasil pengujian ini mendukung penelitian terdahulu oleh (Setyawati, 2020) yang menyimpulkan variabel teknologi informasi dapat mempengaruhi kinerja usaha.

3. Pengaruh Inovasi Produk dan Teknologi Informasi terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner di Kabupaten Purbalingga

Merujuk pada pengujian hipotesis uji F yang memperlihatkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($38.263 > 3.09$) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 ($0.000 < 0.005$) yang menandakan bahwa variabel inovasi produk (X_1) dan teknologi informasi (X_2) secara keseluruhan memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM (Y). Hasil ini menandakan bahwa variabel inovasi produk dan teknologi informasi mempunyai hasil positif yang signifikan terhadap kinerja usaha.

Sesuai dengan hasil pengumpulan data, pegiat UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga telah melakukan pengembangan produk maupun menggunakan teknologi informasi dalam menjalankan usahanya. Berdasarkan kedua variabel independen tersebut, variabel inovasi produk sangat mempengaruhi pada tumbuhnya kinerja perusahaan. Hal demikian sejalan dengan pengamatan peneliti, apabila suatu usaha menciptakan produk baru yang berbeda dengan di pasaran dan mencoba menghadirkan produk lain dalam usahanya, itu akan menarik konsumen untuk melakukan pembelian yang dapat berlanjut pada pembelian ulang sehingga meningkatkan penjualan dan kinerja usaha. Beberapa UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga mencoba menirukan produk dari kompetitor untuk dijadikan produk baru di usahanya, hal demikian tidak berdampak negatif pada produk-produk yang ditiru karena masing-masing produk dari UMKM memiliki ciri khas tersendiri, baik itu kelebihan dan kekurangan masing-masing sehingga pelanggan dapat memilih produk yang sesuai dengan selera dan kemampuannya untuk melakukan pembelian. Pengadopsian teknologi informasi yang beragam dalam unit usaha dinilai menambah keefektifan dalam berkegiatan. Beberapa UMKM menggunakan aplikasi pencatatan keuangan yang ada di handphone. Aplikasi tersebut berguna untuk mencatat berapa penjualan yang telah laku dan dana yang masuk sehingga akan tercatat secara otomatis dan terpisah dengan uang pribadi. Di samping itu, meskipun ada beberapa UMKM yang belum

melakukan penambahan tenaga kerja, tetapi aktivitas dalam usaha masih dapat dikendalikan karena tenaga kerja yang ada cukup untuk melakukan aktivitas dalam usaha.

Sejalan dengan pendapat (Dhewanto et al., 2014) yang mengemukakan inovasi produk dan teknologi informasi diakui sebagai peran penting untuk menumbuhkan profit, *positioning* dan meningkatkan kinerja bagi perusahaan ditengah pasar yang semakin dinamis. Pada pegiat UMKM sektor kuliner di Kabupaten Purbalingga mengakui adanya peningkatan jumlah transaksi penjualan dari bulan ke bulan, walaupun tidak setiap hari ramai namun masih mendapatkan keuntungan yang diharapkan. Adanya pertumbuhan penjualan tersebut dapat menjadikan UMKM bisa bertahan dan berkembang ditengah persaingan UMKM yang semakin banyak. Didukung dari peran inovasi pada produk yang lebih bervariasi, konsumen tidak akan bosan dengan produk-produk yang ditawarkan oleh UMKM dan dengan bantuan teknologi informasi, produk-produk UMKM dapat dipasarkan secara luas. Pegiat UMKM harus dapat beradaptasi dan menguasai teknologi informasi mengingat berbagai perubahan-perubahan yang semakin dinamis dalam pasar agar dapat menciptakan laju bisnis yang berkesinambungan. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu oleh (Alfulaifah & Soehari, 2020) yang menghasilkan inovasi maupun pengaplikasian teknologi informasi berpengaruh signifikan pada kenaikan kinerja.

Berdasarkan hasil uji regresi linier nilai adjusted R square sebesar 0.429. Sehingga dapat dinyatakan bahwa inovasi produk (X_1) dan teknologi informasi (X_2) memiliki pengaruh sebesar 42,9% terhadap kinerja UMKM, dan sisanya sebesar 57,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada didalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

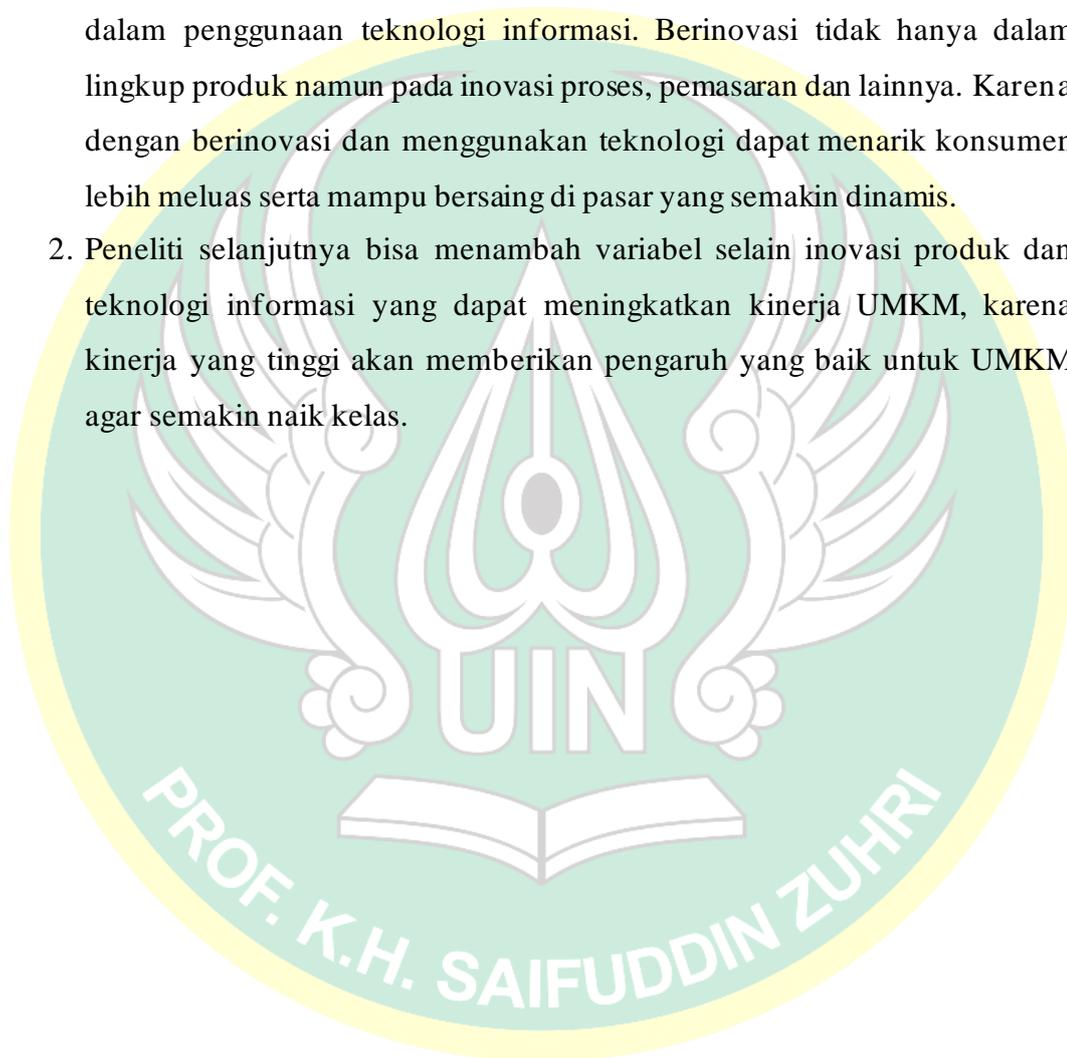
Menurut hasil yang diperoleh dari analisis dan pengujian yang telah dijabarkan di bab sebelumnya, dengan demikian bisa diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel inovasi produk mempunyai hasil yang positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Inovasi produk bisa dijadikan parameter bagi pegiat UMKM sektor kuliner untuk mengetahui tinggi rendahnya suatu kinerja dalam usaha. Dengan demikian sesuai dengan indikator inovasi produk, jika pegiat UMKM sektor kuliner menerapkan perluasan lini produk, menghasilkan produk baru dan mencoba meniru produk lain untuk dikembangkan, maka kinerja dari UMKM juga akan meningkat.
2. Variabel teknologi informasi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Menggunakan teknologi informasi yang efisien dalam menjalankan usaha menjadikan kinerja usaha menjadi lebih baik. Semakin banyak aplikasi atau perangkat teknologi informasi yang diadopsi oleh pegiat usaha maka aktivitas dalam usaha juga semakin praktis karena teknologi informasi memberikan kemudahan, kecepatan, dan keakuratan data.
3. Variabel inovasi produk dan teknologi informasi secara keseluruhan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Dari kedua variabel independen tersebut, variabel inovasi produk sangat mempengaruhi pada tumbuhnya kinerja perusahaan. Hal demikian sejalan dengan pengamatan peneliti, apabila suatu usaha menciptakan produk baru yang berbeda dengan di pasaran dan mencoba menghadirkan produk lain dalam usahanya, itu akan menarik konsumen untuk melakukan pembelian yang dapat berlanjut pada pembelian ulang sehingga meningkatkan penjualan dan kinerja usaha.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran kepada pihak yang berkaitan dengan penelitian ini dengan harapan bisa bermanfaat dan bisa dijadikan acuan untuk perbaikan, adapun sarannya sebagai berikut:

1. Bagi pegiat UMKM sektor kuliner harus terus berinovasi dan lebih aktif dalam penggunaan teknologi informasi. Berinovasi tidak hanya dalam lingkup produk namun pada inovasi proses, pemasaran dan lainnya. Karena dengan berinovasi dan menggunakan teknologi dapat menarik konsumen lebih meluas serta mampu bersaing di pasar yang semakin dinamis.
2. Peneliti selanjutnya bisa menambah variabel selain inovasi produk dan teknologi informasi yang dapat meningkatkan kinerja UMKM, karena kinerja yang tinggi akan memberikan pengaruh yang baik untuk UMKM agar semakin naik kelas.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M., Primasari, D., & Widianingsih, R. (2019). Pengaruh Strategi Bisnis, Kemampuan Manajerial dan Pengetahuan Akuntansi Pelaku UMKM Terhadap Kinerja UMKM Bidang Kuliner di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal OPTIMUM*, 9(2), 145–157.
- Adietya, K., Miyasto, & Sugiarto, Y. (2015). *Analisis Pengaruh Teknologi Informasi dan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Organisasi (Studi Pada UKM Makanan di Kota Semarang)*. Universitas Diponegoro.
- Afiruddin, M. (2021). *Tafsir Surah At-Taubah Ayat 105: Hakikat Kerja dalam Pandangan Islam*. Tafsir Al Quran. <https://tafsiralquran.id/tafsir-surah-at-taubah-ayat-105-hakikat-kerja-dalam-pandangan-islam/>
- Alfulaifah, F., & Soehari, T. D. (2020). Pengaruh Inovasi, Teknologi Informasi, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha. *Akademika*, 9(2), 161–176. <https://doi.org/10.34005/akademika.v9i02.914>
- Andini, M., Djaelani, A. K., & Millaningtyas, R. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi, Kreativitas, Dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM Himpunan Pengusaha Kecil Dan Mikro Indonesia Di Banjarmasin (Studi Kasus Pada Sektor Kuliner Di Masa COVID-19). *Riset Manajemen*, 91–101.
- Budianto, A. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Ombak (Anggota IKAPI).
- Curatman, A., Rahmadi, Maulany, S., & Ikhsani, M. M. (2016). Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. *Jurnal Logika*, XVIII(3), 61–75.
- Darmawan, D. (2012). *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Dewi, I. S., & Sihombing, I. . (2019). *Kewirausahaan dan Manajemen Strategis UKM Pedesaan*. Deepublish.
- Dhewanto, W., Mulyaningsih, H. D., Permatasari, A., Anggadwita, G., & Ameka, I. (2014). *Manajemen Inovasi-Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. CV ANDI OFFSET.
- Djatnika, T., & Gunawan, A. I. (2021). Perspektif Adopsi Media Sosial Sebagai Implementasi Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM) Pada UMKM. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 7(2), 78–87.

- Djodjoko, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. *EMBA*, 2, 1214–1224.
- Fahmi, A. K. A., & Mudiantono. (2019). Analisis Pengaruh Jaringan, Teknologi Informasi dan Komunikasi, serta Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha (Studi Pada UMKM di Purwokerto). *Diponegoro Journal of Management*, 8(2018), 1–13.
- Fakhrudin, M. (2021). *Pemkab Purbalingga Dorong UMKM Optimalkan Digitalisasi*. Republika.Co.Id. <https://republika.co.id/berita/r0z66p327/pemkab-purbalingga-dorong-umkm-optimalkan-digitalisasi>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Ferdiansyah, A., & Bukhari, E. (2021). Pengaruh Modal, Financial Knowledge, Teknologi dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM Fashion di Bekasi Utara. *Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 17(2), 103–114.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Edisi 7). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasanah, R., Khuzaini, & Sulastini. (2021). *Pengaruh Invoasi dan Teknologi Informasi terhadap Kinerja UMKM Pakaian Sasirangan di Kota Banjarmasin*. Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin.
- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. (2018). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM “ Duren Kamu Pasti Kembali ” di Kota Serang. *Riset Bisnis Dan Investasi*, 4, 1–9.
- Hendartyo, M. (2021). *Menteri Teten Targetkan UMKM Berkontribusi 63 Persen Terhadap PDB di 2022*. Tempo.Co. <https://bisnis.tempo.co/read/1544902/menteri-teten-targetkan-umkm-berkontribusi-63-persen-terhadap-pdb-di-2022>
- Hendratmoko. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja UMKM di Indonesia. *Orientasi Bisnis Dan Entrepreneurship*, 2, 251–266.
- Hurley, R. F., & Hult, G. T. M. (1998). Innovation , Market Orientation , and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination. *Marketing*, 62(July), 42–54. <https://doi.org/10.2307/1251742>

- IImi, Z. (1997). Islam Sebagai Landasan Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. *Komunikasi Dan Sosial Keagamaan*, XV, 95–106.
- Iqbal, A., & Yuliandari, N. K. (2019). Determinan Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Upaya Mendukung Banyuwangi sebagai Kota Tujuan Wisata. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(2), 175–188. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v7i2.3023>
- Jin, T. F. (2003). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kinerja Akuntan Publik. *Bisnis Dan Akuntansi*, 5(1), 1–23.
- Jogiyanto. (2017). *Membangun IT Savvy Untuk Menjadi Organisasi Digital Master*. Penerbit ANDI.
- Kadir, A., & Triwahyuni, T. C. (2003). *Pengenalan Teknologi Informasi*. Penerbit ANDI.
- Kementerian Keuangan. (2021). *Pemerintah Terus Perkuat UMKM Melalui Berbagai Bentuk Bantuan*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan/>
- Kristianus, A. (2021). *16 Juta UMKM Sudah Bergabung ke Platform Digital*. Investor.Id. <https://investor.id/business/273837/16-juta-umkm-sudah-bergabung-ke-platform-digital>
- Mardia, Hutabarat, M. L. P., Simanjuntak, M., Sipayung, R., Saragih, L., Simarmata, H. M. P., Sulasih, Tanjung, R., Irdawati, Tjahjana, D., Sudarso, A., Tjiptadi, D. D., & Weya, I. (2021). *Strategi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Methasari, M., Kurniawan, G., & Sidik, A. R. (2018). Analisis Orientasi Pasar, Inovasi dan Kreativitas terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM di Kabupaten Madiun. *Dinamika Governance FISIP UPN "Veteran" Jatim*, 8, 176–188.
- Meuthia, R. F., Ananto, R. P., & Afni, Z. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Terhadap Penggunaan Uang Elektronik di Kota Padang. *Akuntansi Dan Manajemen*, 15, 143–155.
- Muafi, & Roostika, R. (2014). Organizational Performance and Competitive Advantage Determinants of Creative SMEs. *Corporate Governance, Insurance, and Risk Management (JCGIRM)*, 1(2), 1–19.

- Mundzir, A. (2019). *Tafsir Ar-Ra'd Ayat 11: Motivasi Mengubah Nasib?* NU Online | Nahdlatul Ulama. <https://islam.nu.or.id/tafsir/tafsir-ar-ra-d-ayat-11-motivasi-mengubah-nasib-OcXb8#:~:text=Artinya%3A> “Sesungguhnya Allah tidak mengubah, usaha dan jerih payahnya sendiri.
- Munizu, M. (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. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/17987>
- Narulita, S., Suhaji, & Ginanjar, R. (2022). Analisis Pengaruh Implementasi Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada Perusahaan Telekomunikasi di Kota Semarang). *HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)*, 5, 23–41.
- Nasution, A. H. (2006). *Manajemen Industri* (S. Suyantoro (ed.)). CV ANDI OFFSET.
- Nasution, S. L. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan, Pelayanan, dan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Master Cash & Credit Kota Pinang. *Ecobisma*, 6, 60–69.
- Permana, I. (2021). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Bisnis Usaha Kecil Menengah Makanan Siap Saji D'Besto. *Pengembangan Wiraswasta*, 19(July), 97–104. <https://doi.org/10.33370/jpw.v19i2.129>
- Rasid, F. E. T., H, S. P., & Rizal, M. N. (2021). Faktor Pendorong, Proses Dan Tantangan Transformasi Digital Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah: Tinjauan Pustaka Sistematis. *Pemodelan Arsitektur Sistem Informasi Perizinan Menggunakan Kerangka Kerja Togaf Adm*, 6(2), 62.
- Ratnawati, A. T. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja UMKM. *Serat Acitya*, 102–114.
- Rokhayati, I. (2015). *Pengukuran Kinerja Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Suatu Telaah Pustaka*. 94–100.
- Setyawati, A. (2020). Teknologi Informasi dan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Akademika*, 18, 150–153.
- Suci, R. P. (2009). Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis (Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1), pp.46-58. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/17745>

- Sudarmanto. (2009). *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM Teori, Dimensi Pengukuran dan Implementasi dalam Organisasi*. Pustaka Pelajar.
- Suendro, G. (2011). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Kasus pada Industri Kecil dan Menengah Batik Pekalongan). *Sains Pemasaran Indonesia*, X, 317–326.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Andi Offset.
- Sutojo, S., & Kleinsteuber, F. (2002). *Strategi Manajemen Pemasaran Seri Manajemen No. 6*. PT Damar Mulia Pustaka.
- Taufiq, M., Prihatni, R., Gurendrawati, E., & Jakarta, U. N. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Penggunaan Sistem Akuntansi terhadap Kinerja UMKM. *Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 1(2), 204–220.
- Tiara, S. (2019). Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi, Keahlian Pemakai dan Intensitas Pemakaian terhadap Kualitas Informasi Akuntansi Pada Badan Kepegawaian Daerah Deli Serdang. *Kajian Akuntansi*, 20(2), 132–146.
- Tjiptono, F. (1995). *Strategi Pemasaran*. ANDI.
- Tobing, A. (2021). *5 Contoh Usaha UMKM di Indonesia*. OY! Indonesia. <https://www.oyindonesia.com/blog/5-contoh-umkm-di-indonesia>
- Trihendradi, C. (2013). *Langkah Mudah Menguasai SPSS 21*. CV ANDI OFFSET.
- Wibowo, S., & Supriadi, D. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. CV Pustaka Setia.
- Winbaktianur, Harding, D., Hinduan, Z. R., & Kadiyono, A. L. (2020). Penilaian Kinerja Usaha Mikro dan Kecil, Perluakah? *Biopsikososial*, 4(April), 240–262. <https://doi.org/10.22441/biopsikososial.v4i1.10302>
- Wulandari, O. A. D., Ujjani, & Putri, N. R. (2020). Analisis Pemanfaatan Marketplace Dalam Meningkatkan Pendapatan Bagi Penjualan Produk Umkm Di Purbalingga. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(November), 96–101.
- Wulandari, S. P. (2015). *Artikel Skripsi Pengaruh Modal, Potensi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM di Desa Ketanon Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung*. Nusantara PGRI Kediri.

Yamirudin. (2019). *Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Bisnis dan Keunggulan Bersaing (Studi Pada Sentra UKM Gerabah di Kasongan Bantul Yogyakarta)*. Universitas Islam Indonesia.

Yunus, M. (2010). *Inovasi & Kreativitas dalam Pemasaran*. UIN-Maliki Press.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Pengaruh Inovasi Produk dan Teknologi Informasi terhadap Kinerja UMKM
(Studi Kasus UMKM Sektor Kuliner di Kabupaten Purbalingga)

Yth.

Sdr/I/Responden

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Refliana Dela Rakhmawati, mahasiswi semester 8 Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN. Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk dan Teknologi Informasi terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus UMKM Sektor Kuliner di Kabupaten Purbalingga).

Dengan ini saya memohon kesediaan Saudara/I berkenan meluangkan waktu sejenak untuk mengisi beberapa pertanyaan terkait dengan penelitian ini. Data dan informasi dalam kuesioner ini hanya digunakan untuk keperluan akademik sehingga peneliti menjamin sepenuhnya kerahasiaan seluruh jawaban dan tidak akan disebarluaskan.

Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas kesediaan waktu dan kerjasama Saudara/I, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Hormat saya,



Refliana Dela Rakhmawati

NIM. 1817201033

Identitas Responden

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Usia :
4. Pendidikan :
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA/K
 - d. Sarjana/Diploma
5. Nama Usaha :
6. Jenis Usaha :
 - a. Makanan
 - b. Minuman
7. Alamat Usaha :
8. Lama Usaha :
 - a. 1-3 tahun
 - b. 4-6 tahun
 - c. > 6 tahun
9. Jumlah Karyawan:
 - a. 1-5 orang
 - b. 6-19 orang
 - c. 20-100 orang
 - d. > 100 orang
10. Apakah menggunakan teknologi informasi dalam menjalankan usaha?
 - a. Ya
 - b. Tidak



11. Teknologi informasi apa yang digunakan dalam menjalankan usaha (bisa pilih lebih dari satu)
- Handphone
 - Perangkat komputer
 - Media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp, Tiktok)
 - Aplikasi pencatatan keuangan
 - Aplikasi layanan pesan antar (GoFood, GrabFood, ShopeeFood)
 - Transaksi non tunai QRIS (Dana, Ovo, ShopeePay, Link Aja, Gopay)
12. Lama menggunakan teknologi informasi:
- < 1 tahun
 - 1-3 tahun
 - > 3 tahun

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pilihlah salah satu alternatif jawaban untuk setiap pertanyaan berdasarkan kondisi usaha Saudara/i agar diperoleh jawaban yang akurat dan obyektif.

- Sangat Tidak Setuju (STS) : 1
 Tidak Setuju (TS) : 2
 Ragu-ragu (R) : 3
 Setuju (S) : 4
 Sangat Setuju (SS) : 5

Inovasi Produk						
No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	R (3)	S (4)	SS (5)
1	Kami menghadirkan produk baru yang berbeda dengan produk sebelumnya					
2	Kami melakukan modifikasi atau pembaruan rasa/bentuk/ukuran/kemasan dan lainnya pada produk yang ada					
3	Kami mencoba menduplikasi produk lain untuk menambah jenis produk dan dimodifikasi					

4	Kami menciptakan produk baru yang berbeda dengan produk lain di pasar					
5	Produk baru yang kami ciptakan selalu menyesuaikan dengan trend waktu					
Teknologi Informasi						
1	Aktivitas dalam usaha kami banyak yang menggunakan teknologi informasi					
2	Intensitas menggunakan teknologi informasi dalam satu hari (berhubungan dengan pekerjaan) lebih dari 2 jam					
3	Dalam sehari, kami beberapa kali menggunakan teknologi informasi					
4	Kami menggunakan lebih dari satu jenis teknologi informasi dalam menjalankan usaha					
Kinerja UMKM						
1	Transaksi penjualan meningkat setiap bulan					
2	Total penjualan tahun ini meningkat dibanding tahun lalu					
3	Modal usaha yang dimiliki bertambah					
4	Jumlah tenaga kerja yang dimiliki cukup untuk melakukan aktivitas di tempat usaha					
5	Adanya peningkatan jumlah tenaga kerja dalam usaha kami					
6	Pertumbuhan pasar semakin meningkat dengan naiknya permintaan produk dari konsumen					
7	Keuntungan meningkat dibanding tahun sebelumnya					
8	Meningkatnya laba atau keuntungan sesuai harapan					

Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	TOTAL	
1	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	4	2	1	5	5	17	5	4	3	5	17	4	4	4	4	4	5	4	4	4	33
3	4	4	3	5	5	21	5	4	4	5	18	5	5	5	5	4	4	4	4	5	37
4	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	15	5	5	4	4	5	5	4	4	4	36
5	2	4	2	4	4	16	5	5	5	5	20	5	4	5	4	4	5	5	5	5	37
6	4	4	1	5	2	16	4	3	4	4	15	3	4	4	5	2	4	4	4	2	28
7	3	2	1	4	2	12	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	4	2	2	4	2	14	4	4	4	4	16	4	3	2	4	2	4	3	4	4	26
9	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	17	4	5	4	4	4	4	4	4	4	33
10	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	5	5	5	5	39
11	4	4	4	4	4	20	4	4	2	4	14	4	4	4	4	3	4	4	4	4	31
12	3	5	2	5	5	20	5	4	5	5	19	4	5	4	4	4	4	4	4	4	33
13	4	5	2	4	5	20	5	5	5	5	20	5	5	4	5	3	5	5	4	4	36
14	4	4	3	4	5	20	5	4	5	5	19	5	5	5	4	2	4	4	4	5	34
15	4	2	4	5	5	20	4	4	4	5	17	5	4	4	4	3	4	4	4	4	32
16	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	16	4	3	3	4	2	4	4	4	4	28

17	4	2	4	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	4	5	5	5	5	24	5	3	5	5	18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	4	4	2	2	2	14	5	5	5	5	20	5	4	4	3	2	4	4	4	30
20	2	2	2	4	2	12	4	3	4	4	15	5	4	4	4	5	5	4	4	35
21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	4	4	31
22	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	20	4	4	4	4	3	4	4	4	31
24	5	4	2	5	4	20	4	4	4	5	17	4	4	4	5	4	5	4	4	34
25	4	4	3	5	4	20	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	4	5	3	4	5	21	5	5	5	5	20	5	4	4	5	4	5	5	5	37
28	5	5	4	5	4	23	4	4	4	4	16	5	4	4	4	2	4	4	4	31
29	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	19	5	5	4	4	2	4	5	3	32
30	2	2	2	4	2	12	4	4	4	4	16	4	4	4	2	2	4	4	4	28
31	4	4	1	4	3	16	4	4	4	4	16	3	5	3	4	3	3	4	4	29
32	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	16	5	4	3	4	3	5	4	4	32
33	4	3	2	4	5	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	2	4	4	4	30
34	4	5	4	5	4	22	4	4	4	4	16	4	4	4	5	5	4	5	4	35

35	5	4	2	5	5	21	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
36	1	1	1	4	4	11	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	4	4	2	4	4	18	4	4	4	2	14	4	4	4	4	2	4	4	4	30
38	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	16	4	3	3	4	4	2	4	3	27
39	1	3	3	4	4	15	4	4	4	2	14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	5	5	4	5	4	23	4	4	4	5	17	5	5	4	4	4	4	5	4	35
41	4	4	3	4	4	19	4	3	3	4	14	4	4	4	5	3	4	4	4	32
42	4	4	4	4	4	20	4	2	2	4	12	4	4	4	3	3	4	4	4	30
43	4	2	4	5	4	19	4	4	4	4	16	5	4	4	5	4	5	5	5	37
44	2	2	2	4	4	14	4	2	4	4	14	4	4	4	4	2	4	4	4	30
45	2	5	5	2	4	18	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
46	4	5	2	5	4	20	2	3	4	4	13	4	3	3	4	4	3	3	3	27
47	4	5	2	5	5	21	5	5	4	5	19	5	4	4	4	4	4	4	5	34
48	4	2	2	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	5	5	5	38
49	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	19	5	5	3	4	3	4	4	4	32
50	4	4	2	4	2	16	4	4	4	4	16	5	5	2	4	2	4	4	4	30
51	4	4	4	3	4	19	4	3	4	4	15	4	4	4	4	3	4	4	4	31
52	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	2	4	2	4	28

53	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	4	4	31
54	4	4	2	2	2	14	4	2	4	2	12	3	4	4	4	2	4	4	2	27
55	5	5	4	5	5	24	4	5	5	4	18	5	5	4	5	5	4	4	4	36
56	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	4	5	4	5	5	23	4	5	4	5	18	4	4	5	4	3	4	4	4	32
58	5	4	2	4	4	19	4	4	5	5	18	4	3	4	4	3	4	2	4	28
59	4	5	4	5	4	22	4	4	4	4	16	4	4	4	5	5	4	5	4	35
60	2	2	3	4	5	16	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	4	4	4	33
61	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	4	4	4	4	2	18	4	2	2	4	12	4	3	4	2	2	3	3	3	24
63	4	4	4	4	4	20	3	2	3	2	10	4	4	4	4	2	3	4	4	29
64	4	4	2	2	4	16	2	2	2	2	8	2	4	4	4	2	3	4	4	27
65	5	5	2	5	5	22	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	5	5	5	39
66	4	4	3	4	4	19	4	4	5	4	17	4	5	5	4	3	5	4	5	35
67	5	5	2	5	4	21	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	4	4	38
68	4	4	4	5	4	21	5	4	4	4	17	5	4	4	3	4	4	4	4	32
69	4	4	4	5	5	22	5	4	4	5	18	5	5	4	5	4	5	4	4	36
70	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	16	4	4	4	4	2	4	4	4	30

71	4	4	3	5	4	20	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
72	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	3	4	31
73	4	4	3	4	4	19	5	4	4	5	18	4	4	4	4	2	4	4	4	30
74	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	5	5	4	33
75	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
76	4	4	3	5	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
77	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	17	5	4	4	4	2	4	4	4	31
78	5	4	2	5	4	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	5	4	4	37
79	5	4	4	4	4	21	4	4	4	5	17	4	4	4	4	3	4	4	4	31
80	5	4	2	2	4	17	4	4	4	4	16	5	5	5	5	4	4	4	4	36
81	4	5	2	4	5	20	4	4	4	5	17	4	4	4	4	5	5	5	4	35
82	5	5	3	5	5	23	5	5	5	5	20	5	5	4	5	4	5	5	5	38
83	3	4	2	3	4	16	1	3	4	4	12	4	5	5	3	2	4	5	5	33
84	5	5	4	5	4	23	4	2	4	5	15	5	5	5	5	5	5	5	5	40
85	5	5	2	5	5	22	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	5	5	5	39
86	5	5	4	5	5	24	4	4	4	5	17	5	4	4	4	3	4	4	4	32
87	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	5	4	4	36
88	5	5	4	5	4	23	5	5	4	5	19	5	4	4	5	5	5	4	4	36

89	5	5	4	5	4	23	4	4	4	4	16	5	5	4	5	4	5	5	5	38
90	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	2	4	4	4	30
91	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	20	5	4	5	5	4	4	4	4	35
92	5	5	2	5	5	22	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	5	5	5	39
93	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	20	5	4	5	5	4	5	5	5	38
94	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
95	5	4	4	5	4	22	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	4	4	4	36
96	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
97	4	4	5	4	4	21	3	4	4	4	15	3	4	3	4	3	3	4	3	27
98	5	5	1	5	5	21	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	5	5	4	38
99	5	5	2	5	4	21	5	5	5	5	20	5	5	4	3	4	5	5	5	36
100	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32

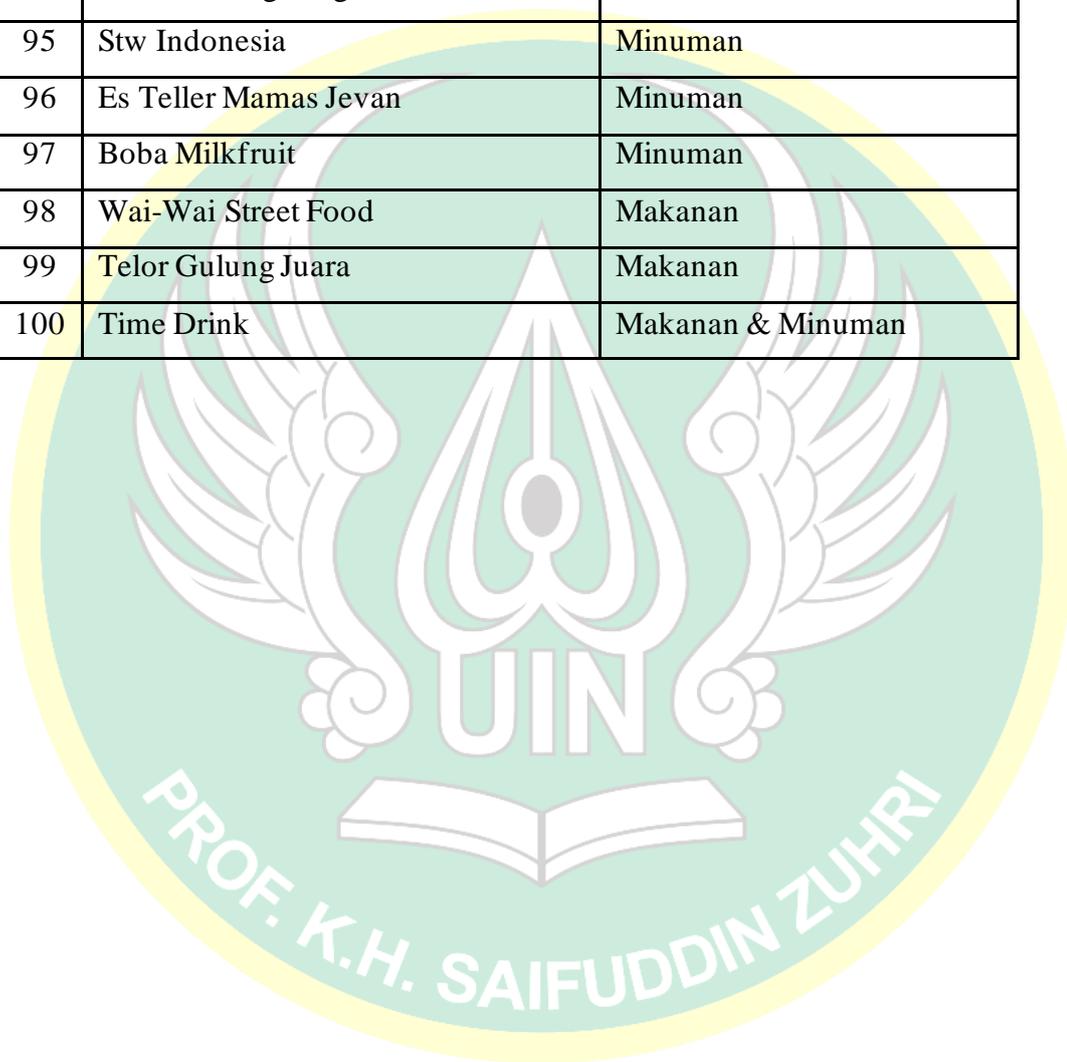
Lampiran 3 Data Responden UMKM Sektor Kuliner

No	Nama Usaha	Jenis Usaha
1	Pipimanis.Id	Makanan & Minuman
2	Serabi cempaka	Makanan
3	Buked Bakar	Makanan & Minuman
4	Salad Buah (Sabu) Purbalingga	Makanan
5	Kopi Sayang	Makanan
6	Cripic Ashoy	Makanan
7	Milkmax	Minuman
8	Shihlin Chicken Steet	Makanan & Minuman
9	Ricebowl Waroeng Kazoku	Makanan & Minuman
10	Ayam Geprek Sa'i	Makanan
11	Roti Gembong Gedhe	Makanan
12	Raja Es Teller Sultan	Minuman
13	Jelly Potter Bobotsari	Minuman
14	Fremilt	Minuman
15	Chicken Holic	Makanan
16	Nasi Buntel Jontor	Makanan
17	Somey Sribu Gor Purbalingga	Makanan
18	Siomay Hongkong/Dimsum Masvan	Makanan
19	Duren Legits	Minuman
20	Kedai Aya	Makanan & Minuman
21	Radja Pokat Es Alpukat Kocok	Minuman
22	Java Tea	Minuman
23	Say Story	Makanan & Minuman
24	Mas Leker	Makanan
25	Roti Gembong Gembul	Makanan
26	Si Kumbul	Makanan & Minuman
27	Corndog Pbg	Makanan & Minuman
28	Deliquis	Makanan & Minuman

29	Pradita Food	Makanan
30	Mieku	Makanan
31	Waffle'O	Makanan & Minuman
32	Baso Aci Juara Jakarta	Makanan
33	Izi Smoothies And Tea	Minuman
34	Dapur Chicken	Makanan
35	Mie Cablak	Makanan
36	Es Alpukat Kocok	Minuman
37	Siomay Cihuy	Makanan
38	Tahu Petis Bunda	Makanan & Minuman
39	Durian Kocok Milenial Purbalingga	Minuman
40	Es Teller Pokat	Minuman
41	Zenn Boba	Minuman
42	Kamsia Boba Purbalingga	Minuman
43	Radja Durian Kocok 88	Minuman
44	Donat Madu Cihanjuang	Makanan
45	Ayam Sako Purbalingga	Makanan
46	Loempia Bom	Makanan
47	Boba Time	Minuman
48	Es Permen Karet 99	Minuman
49	Nyoklat	Minuman
50	Seblak Bloom	Makanan
51	Ropang Gemest	Makanan
52	Cakwe Labib	Makanan
53	Seblak Mas Bro Kutasari	Makanan
54	Martabak Pelangi	Makanan
55	She-Ji	Makanan & Minuman
56	Rokupang	Makanan
57	Demi Chick	Makanan
58	D'Crysme	Makanan

59	Orlin Pukis	Makanan
60	Mameyi Food	Makanan & Minuman
61	Maryamu Sosis	Makanan
62	Zam-Zam Time	Minuman
63	Es Teller Bar-Bar	Minuman
64	Start Up Burger	Minuman
65	Dalgona Yurizkem	Minuman
66	Zam-Zam Time	Minuman
67	Mimix Jus	Minuman
68	Kedai De Javu	Makanan & Minuman
69	Khab Khun	Minuman
70	Nyongklat	Minuman
71	Es Duren Legits	Minuman
72	King Ice Bubble	Makanan & Minuman
73	Es Alpukat Kocok BJK	Minuman
74	Ini Baru Es	Minuman
75	Burger Bangor Purbalingga	Makanan
76	Xi Bo Ba	Minuman
77	Martabak Bangka	Makanan
78	Kebab Mumtaz	Makanan
79	Roti O	Makanan
80	Es Degan Gor	Minuman
81	Seblak Seuhah Kedai Inara	Makanan
82	Joss Food	Makanan & Minuman
83	Korean Street	Makanan
84	Ice Lup Purbalingga	Minuman
85	New Story Wirasana	Minuman
86	Nasi Jegal Jakarta	Makanan
87	Ayam Geprek Sambal Korek	Makanan
88	Pecel Lele dan Es Degan Pak Mul	Makanan & Minuman

89	Bebek Godja GOR	Makanan
90	Bakso Dor-Dor	Makanan
91	KD Chicken	Makanan & Minuman
92	Yamie Rajawali	Makanan
93	Bakso & Es Durian	Makanan & Minuman
94	Kebab Pisang Sang Kebab	Makanan
95	Stw Indonesia	Minuman
96	Es Teller Mamas Jevan	Minuman
97	Boba Milkfruit	Minuman
98	Wai-Wai Street Food	Makanan
99	Telur Gulung Juara	Makanan
100	Time Drink	Makanan & Minuman



Lampiran 4 Bukti Penyebaran Kuesioner



Lampiran 5 Penggunaan Jenis Teknologi Informasi pada UMKM



Lampiran 6 Hasil Uji Instrumen Penelitian

Hasil Uji Validitas X1

Correlations

		IP1	IP2	IP3	IP4	IP5	IP.TOTAL
IP1	Pearson Correlation	1	.597**	.206*	.387**	.294**	.724**
	Sig. (2-tailed)		.000	.040	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100
IP2	Pearson Correlation	.597**	1	.297**	.247*	.377**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.013	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
IP3	Pearson Correlation	.206*	.297**	1	.153	.227*	.620**
	Sig. (2-tailed)	.040	.003		.129	.023	.000
	N	100	100	100	100	100	100
IP4	Pearson Correlation	.387**	.247*	.153	1	.402**	.605**
	Sig. (2-tailed)	.000	.013	.129		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
IP5	Pearson Correlation	.294**	.377**	.227*	.402**	1	.657**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.023	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
IP.TOTAL	Pearson Correlation	.724**	.755**	.620**	.605**	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas X2

Correlations

		TEKNO1	TEKNO2	TEKNO3	TEKNO4	TOTAL
TEKNO1	Pearson Correlation	1	.615**	.552**	.576**	.816**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
TEKNO2	Pearson Correlation	.615**	1	.713**	.577**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
TEKNO3	Pearson Correlation	.552**	.713**	1	.526**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
TEKNO4	Pearson Correlation	.576**	.577**	.526**	1	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.816**	.881**	.833**	.804**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Y



Correlations

		KINERJA1	KINERJA2	KINERJA3	KINERJA4	KINERJA5	KINERJA6	KINERJA7	KINERJA8	TOTAL
KINERJA1	Pearson Correlation	1	.498**	.386**	.323**	.406**	.592**	.399**	.545**	.710**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KINERJA2	Pearson Correlation	.498**	1	.509**	.381**	.336**	.486**	.516**	.480**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KINERJA3	Pearson Correlation	.386**	.509**	1	.332**	.392**	.503**	.428**	.511**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KINERJA4	Pearson Correlation	.323**	.381**	.332**	1	.484**	.436**	.370**	.296**	.636**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001		.000	.000	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KINERJA5	Pearson Correlation	.406**	.336**	.392**	.484**	1	.496**	.427**	.381**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KINERJA6	Pearson Correlation	.592**	.486**	.503**	.436**	.496**	1	.541**	.587**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KINERJA7	Pearson Correlation	.399**	.516**	.428**	.370**	.427**	.541**	1	.509**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KINERJA8	Pearson Correlation	.545**	.480**	.511**	.296**	.381**	.587**	.509**	1	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.710**	.709**	.696**	.636**	.738**	.799**	.717**	.730**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.687	.701	5

Hasil Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.853	.854	4

Hasil Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.854	.867	8

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.84070797
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.056
	Negative	-.043
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.942	2.388		5.419	.000		
	IP	.308	.101	.245	3.038	.003	.888	1.126
	TI	.843	.126	.541	6.712	.000	.888	1.126

a. Dependent Variable: KINERJA

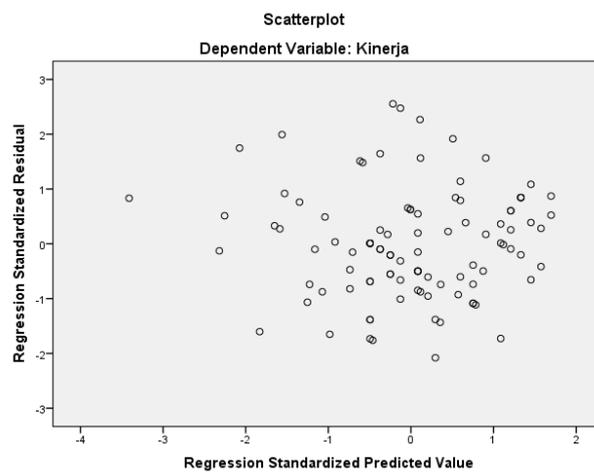
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficient		Standarized Coefficients	T	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.892	1.435		2.713	.008
	Inovasi Produk	-.098	.061	-.171	-1.605	.112
	Teknologi Informasi	.015	.075	.022	.205	.838

a. Dependent Variable: ABRESID

Hasil Uji Linearitas



Hasil Perhitungan Menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.942	2.388		5.419	.000
	IP	.308	.101	.245	3.038	.003
	TI	.843	.126	.541	6.712	.000

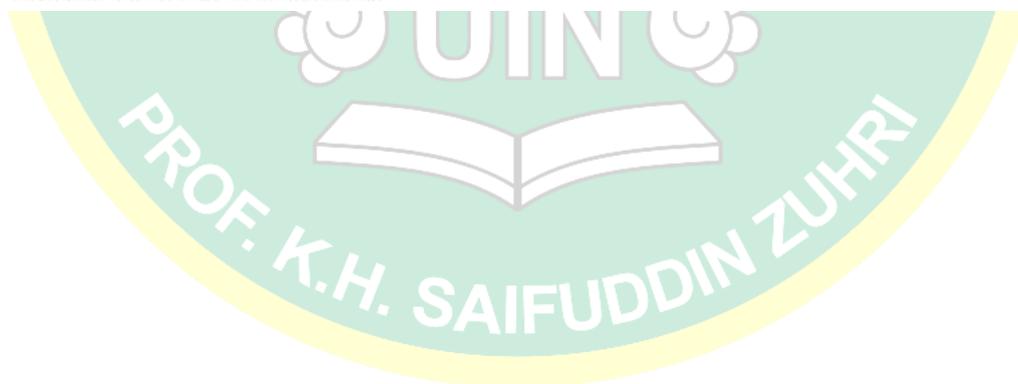
a. Dependent Variable: KINERJA

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.942	2.388		5.419	.000
	IP	.308	.101	.245	3.038	.003
	TI	.843	.126	.541	6.712	.000

a. Dependent Variable: KINERJA



Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	630.267	2	315.134	38.263	.000 ^b
	Residual	798.893	97	8.236		
	Total	1429.160	99			

a. Dependent Variable: KINERJA

b. Predictors: (Constant), TI, IP

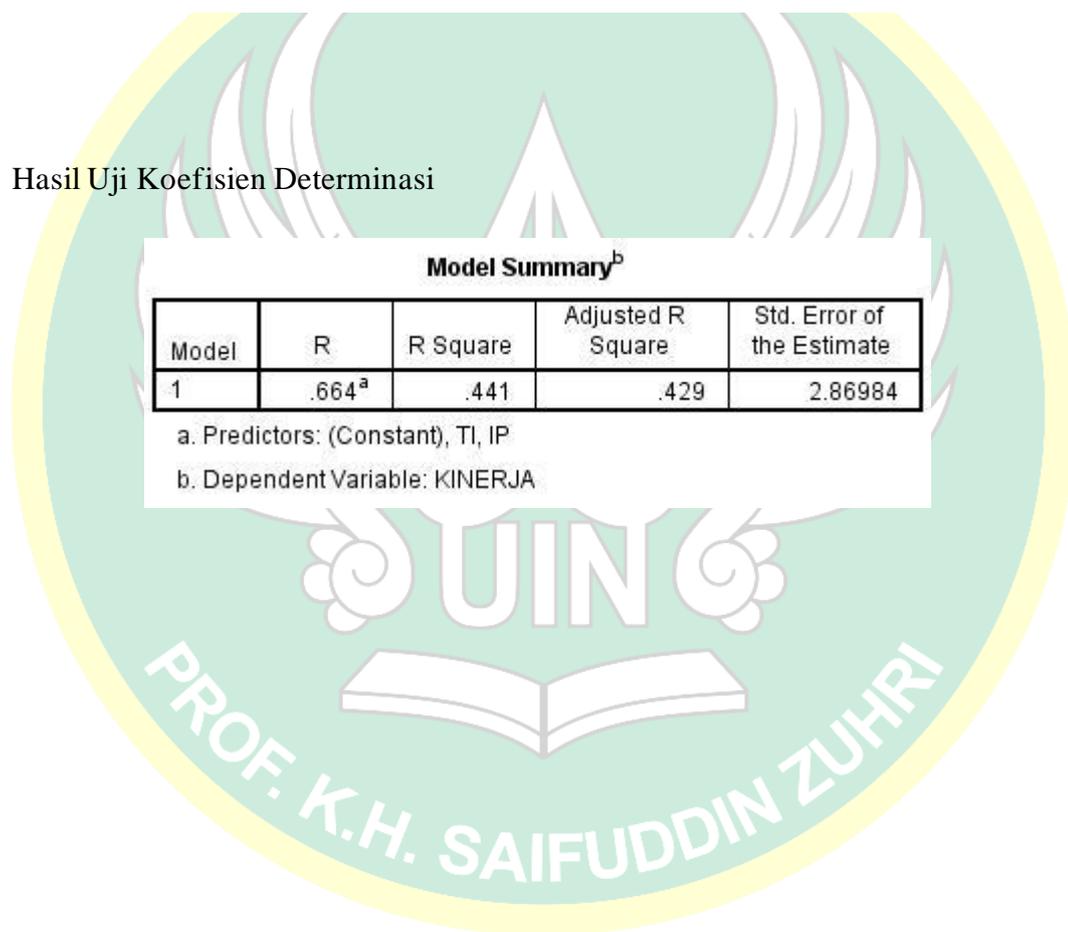
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

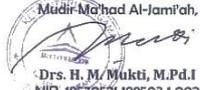
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.664 ^a	.441	.429	2.86984

a. Predictors: (Constant), TI, IP

b. Dependent Variable: KINERJA



Lampiran 7 Sertifikat BTA/PPI

		<p>KEMENTERIAN AGAMA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO UPT MA'HAD AL-JAMI'AH Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.ainpurwokerto.ac.id</p>												
<h1>SERTIFIKAT</h1> <p>Nomor: B-009/In.17/UPT.MAJ/Sti.001/I/2019</p> <p>Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:</p> <p style="text-align: center;"><u>REFLIANA DELA RAKHMAWATI</u> 1817201033</p>														
<table border="1"> <thead> <tr> <th>MATERI UJIAN</th> <th>NILAI</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Tes Tulis</td> <td>72</td> </tr> <tr> <td>2. Tartil</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>3. Tahfidz</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>4. Insha'</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>5. Praktek</td> <td>70</td> </tr> </tbody> </table> <p>NO. SERI: MAJ-G1-2019-524</p>	MATERI UJIAN	NILAI	1. Tes Tulis	72	2. Tartil	70	3. Tahfidz	70	4. Insha'	70	5. Praktek	70	<p>Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).</p> <p style="text-align: right;">Purwokerto, 24 Januari 2019 Müdür Ma'had Al-Jami'ah,  Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I NIP. 19570521 198503 1 002</p>	
MATERI UJIAN	NILAI													
1. Tes Tulis	72													
2. Tartil	70													
3. Tahfidz	70													
4. Insha'	70													
5. Praktek	70													

Lampiran 8 Sertifikat Aplikasi Komputer

<h1>SERTIFIKAT</h1> <h2>APLIKASI KOMPUTER</h2>																				
<p>KEMENTERIAN AGAMA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Website: www.ainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126</p>																				
<p style="text-align: center;">SKALA PENILAIAN</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>SKOR</th> <th>HURUF</th> <th>ANGKA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>85-100</td> <td>A</td> <td>4.0</td> </tr> <tr> <td>81-85</td> <td>A-</td> <td>3.8</td> </tr> <tr> <td>76-80</td> <td>B+</td> <td>3.3</td> </tr> <tr> <td>71-75</td> <td>B</td> <td>3.0</td> </tr> <tr> <td>65-70</td> <td>B-</td> <td>2.6</td> </tr> </tbody> </table>		SKOR	HURUF	ANGKA	85-100	A	4.0	81-85	A-	3.8	76-80	B+	3.3	71-75	B	3.0	65-70	B-	2.6	<p>No. IN.17/UPT-TIPD/6855/VII/2022</p>
SKOR	HURUF	ANGKA																		
85-100	A	4.0																		
81-85	A-	3.8																		
76-80	B+	3.3																		
71-75	B	3.0																		
65-70	B-	2.6																		
<p style="text-align: center;">MATERI PENILAIAN</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>MATERI</th> <th>NILAI</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Microsoft Word</td> <td>80 / A</td> </tr> <tr> <td>Microsoft Excel</td> <td>75 / B</td> </tr> <tr> <td>Microsoft Power Point</td> <td>80 / B+</td> </tr> </tbody> </table>		MATERI	NILAI	Microsoft Word	80 / A	Microsoft Excel	75 / B	Microsoft Power Point	80 / B+	<p>Diberikan Kepada:</p> <p style="text-align: center;">REFLIANA DELA RAKHMAWATI NIM: 1817201033</p> <p>Tempat / Tgl. Lahir: Purbalingga, 21 Oktober 1999</p> <p>Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan LULUS Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program Microsoft Office® yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.</p>										
MATERI	NILAI																			
Microsoft Word	80 / A																			
Microsoft Excel	75 / B																			
Microsoft Power Point	80 / B+																			
		<p>Purwokerto, 01 Juli 2022 Kepala UPT TIPD  Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc NIP. 19801215 200501 1 003</p>																		

Lampiran 9 Sertifikat KKN



Lampiran 10 Sertifikat PPL



Lampiran 11 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 909/Un.19/FEBI.JES/PP.009/04/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Refliana Dela Rakhmawati
NIM : 1817201033
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing : Sulasih, SE., M.Si.
Judul : Pengaruh Inovasi Produk dan Teknologi Informasi terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus UMKM Sektor Kuliner di Kabupaten Purbalingga)

Pada tanggal 06/04/2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 7 April 2022
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 12 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

BLANGKO PENILAIAN UJIAN KOMPREHENSIF

Nama : Refliana Dela Rakhmawati
 NIM : 1817201033
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Tanggal Ujian : Kamis, 02 Juni 2022
 Keterangan : LULUS

NO	ASPEK PENILAIAN	RENTANG SKOR	NILAI
1	Materi Utama		
	a. Ke-Universitas-an	0 - 20	17,2
	b. Ke-Fakultas-an	0 - 30	25,8
	c. Ke-Prodi-an	0 - 50	43
TOTAL NILAI		0 - 100	86 / A

Penguji I,



Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si

Purwokerto, 02/06/2022

Penguji II,



Sarpini, M.E.Sy

Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Refliana Dela Rakhmawati
2. NIM : 1817201033
3. Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam
4. Program Studi : Ekonomi Syariah
5. Tempat/Tanggal Lahir : Purbalingga, 21 Oktober 1999
6. Alamat : Karangklesem RT 07/03 Kec. Kutasari, Kab. Purbalingga
7. Nomor HP : 085875543070
8. E-mail : reflianadela@gmail.com
9. Nama Orang Tua : Ayah : Teguh Santosa
Ibu : (Alm) Siti Khasanah

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a) MI Maarif NU Karangklesem periode 2005-2011
 - b) SMP Negeri 1 Kutasari periode 2011-2014
 - c) SMK Negeri 1 Purbalingga periode 2014-2017
 - d) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto periode 2018-sekarang
2. Pendidikan Non Formal
 - a) Pondok Pesantren Darul Abror Watumas

C. Pengalaman Organisasi

- a. Urup Project
- b. GenBI Purwokerto
- c. KSEI FEBI UIN SAIZU
- d. WCD Banyumas

Purwokerto, 05 Juli 2022



Refliana Dela Rakhmawati