



**PENGARUH INOVASI DAN STRATEGI DIVERSIFIKASI TERHADAP  
PERKEMBANGAN UMKM DI TANAH DATAR DENGAN TEKNOLOGI  
INFORMASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**SKRIPSI**

*Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*

**Oleh:**

**DWI PRADITTA FIRDHA NINGSIH**  
**NIM 2030404036**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS  
BATUSANGKAR  
1445 H/2023**

## **BIODATA PENULIS**

Nama : Dwi Praditta Firdha Ningsih  
NIM : 2030404036  
Tempat/Tanggal Lahir : Pulau Mainan II/ 31 Desember 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Golongan Darah : O  
Email : [dwipraditta188@gmail.com](mailto:dwipraditta188@gmail.com)  
Alamat : Koto Salak, Dharmasraya  
Pendidikan Formal  
SD : SD N 08 Koto Salak  
SMP : SMP N 01 Koto Salak  
SMA : SMA N 01 Koto Baru  
Universitas : UIN Mahmud Yunus Batusangkar  
Nama Ayah : Sodikin  
Nama Ibu : Yanti Mendiarni  
Motto Hidup : “Libatkan Allah dalam semua rencana dan impian, dengan penuh keikhlasan dan keyakinan, tidak ada yang tidak mungkin untuk diraih”

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dwi Praditta Firdha Ningsih

NIM : 2030404036

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

**Program Studi** : Manajemen Bisnis Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul : “Pengaruh Inovasi Produk Dan Strategi Diversifikasi Terhadap Perkembangan UMKM Di Tanah Datar Dengan Teknologi Informasi Sebagai Variabel Intervening” adalah hasil karya sendiri , bukan plagiat. Apabila dikemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, Januari 2023  
Yang membuat pernyataan

**DWI PRADITTA FIRDHA NINGSIH**  
**NIM. 2030404036**

## ABSTRAK

**Dwi Praditta Firdha Ningsih, Nim 2030404036.** Judul Skripsi **“Pengaruh Inovasi Produk Dan Strategi Diversifikasi Terhadap Perkembangan UMKM Di Tanah Datar Dengan Teknologi Informasi Sebagai Variabel Intervening”**. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi manajemen bisnis Syariah universitas islam negeri mahmud yunus batusangkar .

Pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah Inovasi Produk, Strategi Diversifikasi dan Teknologi Informasi. Teknologi informasi mengalami Kemajuan disetiap aspek industri dalam tahap revolusi industri 4.0. membuat perubahan besar dimana teknologi informasi dan komunikasi sangat dibutuhkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, strategi diversifikasi serta teknologi informasi terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Tanah Datar .

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif, jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kusioner , dalam penelitian ini yang menjadi variabel independent adalah inovasi produk dan strategi diversifikasidan variabel dependennya adalah perkembangan UMKM ,dan teknologi informasi sebagai variabel intervening. Metode analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel-variabel penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh langsung signifikan pada variabel teknologi informasi terhadap perkembangan UMKM begitu juga dengan variabel strategi diversifikasi berpengaruh positif signifikan terhadap teknologi informasi dan tidak adanya pengaruh tidak langsung variabel intervening yaitu teknologi informasi terhadap variabel-variabel yang lain.

**Kata Kunci:** Inovasi Produk, Strategi Diversifikasi, Teknologi Informasi, Perkembangan UMKM.

## ABSTRAK

**Dwi Praditta Firdha Ningsih, Nim 2030404036.** Thesis title "  
تأثير الابتكار المعتمد والاستراتيجية على التنمية UMKM في تاناح داتار مع تكنولوجيا المعلومات  
كمتغير انترفينغ

". Faculty of Economics and Islamic Business Sharia Business Management  
Study Program, Mahmud Yunus Batusangkar State Islamic University.

The main problems in this thesis are Product Innovation, Diversification Strategy and Information Technology. Information technology has progressed in every aspect of industry in the stage of the industrial revolution 4.0. making major changes where information and communication technology is needed. The purpose of this study is to determine the influence of product innovation, diversification strategies and information technology on the development of MSMEs in Tanah Datar Regency.

This type of research uses descriptive quantitative research, the type of data used is primary and secondary data. The data in this study was obtained from the distribution of questionnaires, in this study the independent variables were product innovation and diversification strategies and the dependent variables were the development of MSMEs, and information technology as an intervening variable. The data analysis method carried out in this study is quantitative data analysis which aims to determine the presence or absence of direct and indirect influences between research variables.

The results showed that there was a significant direct influence on information technology variables on the development of MSMEs as well as diversification strategy variables had a significant positive effect on information technology and there was no indirect influence of intervening variables, namely information technology on other variables.

**Keywords:** product innovation, diversification strategy, information technology, UMKM development.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum,wr.wb*

Alhamdulillah , puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan nikmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN STRATEGI DIVERSIFIKASI TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI TANAH DATAR DENGAN TEKNOLOGI INFORMASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**”. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita ummatnya kepada zaman yang berilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan saat ini.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E) pada program studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Pada penyelesaian skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan baik dalam bentuk moral maupun materil, petunjuk maupun bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ucapkan terimakasih yang tulus terutama kepada dua orang yang paling berjasa dalam hidup penulis yakni Ayahanda (bapak sodikin) dan ibunda (ibu Yanti Mindiarni). Terimakasih atas kepercayaan yang telah memberi izin merantau, serta pengorbanan, kasih sayang, cinta kasih, do'a , motivasi, semangat dan tanpa lelah mendukung segala keputusan dan pilihan dalam hidup penulis, semoga Allah SWT selalu menjaga ayah dan bunda dalam kebaikan dan kemudahan aamiin. Selain itu izinkanlah penulis mengucapkan rasa hormat dan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Marjoni Imamora M,Sc selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.
2. Bapak Dr. Rizal, M.Ag Crp selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Chitra Indah Sari, MM., CRP selaku Ketua Program Studi Manajemen

Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.

4. Ibu Chitra Indah Sari, MM., CRP selaku ketua program studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Mirawati, MA, Ek., CMA selaku Dosen Penasehat Akademik dan selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran, perhatian serta arahnya untuk membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kepada tim penguji bapak Khairulis Shobirin, S.E., MM yang telah memberi saran, arahan serta bimbingan agar selesainya skripsi ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa utamanya dari Program Studi Manajemen Bisnis Syariah UIN Mahmud Yunus Batusangkar Bp 2020 atas dukungan dan kerjasamanya selama menempuh Pendidikan serta penyelesaian penyusunan skripsi ini.
8. Kepada cinta kasih kedua saudari penulis , Ika Ardiyanti Wulandari dan Dian Nayla Yulianti serta seluruh keluarga. Terimakasih atas segala do'a, usaha, motivasi yang telah diberikan kepada penulis.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancara dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.
10. Terakhir , kepada diri sendiri Dwi Praditta Firdha Ningsih terimakasih telah bertahan sejauh ini terimakasih tetap memilih berusaha sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan berani mencoba . terimakasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun prosesnya. Berbahagialah dimanapun berada, apapun kurang dan lebihmu mari bersyukur dan merayakan diri sendiri.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan dengan pahala yang berlipat ganda. Aamiin ya Rabbal'alamin. Penulis berharap semoga

skripsi ini bermanfaat dalam upaya proses pembelajaran yang sebaik-baiknya.

Aamiin .

*Wassalamu'alaikum,wr.wb*

Batusangkar , Januari 2023

Penulis

**DWI PRADITTA FIRDHA NINGSIH**  
**NIM. 2030404036**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b>	
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	7
G. Defenisi Operasional .....	8
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
A. Landasaan Teori .....	9
1. Inovasi Produk .....	9
2. Strategi Diversifikasi .....	11
3. Perkembangan Usaha.....	12
4. Teknologi Informasi.....	13
5. UMKM.....	14
B. Penelitian Relevan .....	15
C. Kerangka Berfikir .....	18
D. Hipotesis .....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
A. Jenis Penelitian .....	21
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	21
C. Populasi dan Sampel.....	22

D. Instrumen Penelitian .....	23
E. Teknik Pengumpulan Data .....	24
F. Teknik Analisis Data .....	24
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>27</b>
A. Profil Kabupaten Tanah Datar .....	27
B. Deskripsi Data Penelitian .....	28
1. Gambaram Umum Responden .....	28
2. Jawaban Responden Terhadap Variabel Inovasi Produk.....	30
3. Jawaban Responden Terhadap Variabel Strategi Diversifikasi .....	35
4. Jawaban Responden Terhadap Variabel Teknologi Informasi.....	39
5. Jawaban Responden Terhadap Variabel Perkembangan UMKM.....	44
C. Analisis Data Hasil Penelitian .....	47
1. Outer Model.....	48
2. Inner Model (Model Struktural) .....	53
D. Pembahasan .....	59
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>63</b>
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Rancangan Waktu Penelitian .....	21
Tabel 3. 2 Skor Penilaian Skala Likert.....	23
Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	23
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	29
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Umur .....	29
Tabel 4. 3 Jawaban Responden Pada Pernyataan 1.....	30
Tabel 4. 4 Jawaban Responden Pada Pernyataan 2.....	30
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Pada Pernyataan 3.....	31
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Pada Pernyataan 4.....	32
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Pada Pernyataan 5.....	32
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Pada Pernyataan 6.....	33
Tabel 4. 9 Jawaban Responden Pada Pernyataan 7.....	34
Tabel 4. 10 Jawaban Responden Pada Pernyataan 1.....	35
Tabel 4. 11 Jawaban Responden Pada Pernyataan 2.....	35
Tabel 4. 12 Jawaban Responden Pada Pernyataan 3.....	36
Tabel 4. 13 Jawaban Responden Pada Pernyataan 4.....	37
Tabel 4. 14 Jawaban Responden Pada Pernyataan 5.....	37
Tabel 4. 15 Jawaban Responden Pada Pernyataan 6.....	38
Tabel 4. 16 Jawaban Responden Pada Pernyataan 7.....	39
Tabel 4. 17 Jawaban Responden Pada Pernyataan 1.....	39
Tabel 4. 18 Jawaban Responden Pada Pernyataan 2.....	40
Tabel 4. 19 Jawaban Responden Pada Pernyataan 3.....	41
Tabel 4. 20 Jawaban Responden Pada Pernyataan 4.....	41
Tabel 4. 21 Jawaban Responden Pada Pernyataan 5.....	42
Tabel 4. 22 Jawaban Responden Pada Pernyataan 6.....	43
Tabel 4. 23 Jawaban Responden Pada Pernyataan 7.....	43
Tabel 4. 24 Jawaban Responden Pada Pernyataan 1.....	44
Tabel 4. 25 Jawaban Responden Pada Pernyataan 2.....	45
Tabel 4. 26 Jawaban Responden Pada Pernyataan 3.....	45
Tabel 4. 27 Jawaban Responden Pada Pernyataan 4.....	46

Tabel 4. 28 Jawaban Responden Pada Pernyataan 5.....	47
Tabel 4. 29 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (loading factor awal) .....	49
Tabel 4. 30 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (loading factor) akhir .....	50
Tabel 4. 31 Hasil Uji <i>Deskriminant Validity</i> ( <i>Cross Loading</i> ) .....	51
Tabel 4. 32 Hasil Uji Reliabilitas .....	52
Tabel 4. 33 Hasil Uji R-square.....	54
Tabel 4. 34 Hasil Uji F-square .....	55
Tabel 4. 35 Hasil Uji Model Fit Indeks.....	56
Tabel 4. 36 Hasil Uji Hipotesis (Dirrect Effect) .....	57
Tabel 4. 37 Hasil Uji Total Efek (Indirect Effect) .....	58

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	18
Gambar 4. 1 Peta Kabupaten Tanah Datar.....	28
Gambar 4. 2 Outer model awal .....	48
Gambar 4. 3 Outer Model Akhir .....	53

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Dunia industri saat ini dalam tahap revolusi industri 4.0. Membuat sektor-sektor industri semakin maju didalam teknologi informasi. Kemajuan disetiap aspek industri ini membuat perubahan besar dimana teknologi informasi dan komunikasi sangat dibutuhkan (Prabasiwi, 2018).

Pemerintah Indonesia sangat mendukung perkembangan industri nasional dengan mengeluarkan beberapa strategi yang dikenal *Roadmap Making Indonesia 4.0* berisi 10 prioritas nasional untuk menghadapi revolusi industri 4.0 dimana salah satunya adalah pemberdayaan usaha kecil, dan menengah termasuk usaha mikro dengan memberdayakan 3,7 juta UKM termasuk usaha mikro melalui teknologi. Misalnya, *e-commerce* UMKM dan pendanaan teknologi (HK, 2019).

Beberapa negara berkembang di dunia seperti Indonesia terkena dampak yang sangat signifikan terhadap perkembangan revolusi industri, apalagi masa pandemic covid 19 banyak aspek terkena imbasnya, seperti usaha restoran, usaha pariwisata, pekerja lepas, juga usaha yang melibatkan banyak orang. Pada sisi penawaran, perusahaan akan mengurangi tenaga kerja dan juga bahan baku. Di sisi lain, permintaan, minat, dan kepercayaan konsumen pada suatu produk menurun. Dampak ini tentu akan mempengaruhi daya beli masyarakat.

Beradaptasi selama pandemi berlangsung, akan membuktikan UMKM mana yang sanggup bertahan. Tidak hanya inovasi produk yang di miliki tapi juga harus mempunyai strategi diversifikasi produk. “UMKM harus mampu beradaptasi dengan produk sesuai dengan permintaan konsumen” kata teten masduki, dalam sebuah webinar di Jakarta, Senin, 7 September 2020 (Wibowo, 2020).

Perputaran ekonomi masyarakat akan menurun sehingga mengharuskan mereka untuk lebih berhemat. Apalagi yang dialami Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia, hantaman wabah covid sangat terasa di bidang ini, sektor UMKM yang paling besar dampaknya adalah pada usaha makanan dan minuman (Audinovic, 2021).

Perhatian pemerintah terhadap UMKM yang sangat besar merupakan langkah strategis yang tepat dibutuhkan masyarakat Indonesia. Agenda percepatan pemulihan ekonomi untuk memeperkuat landasan pembangunan berkelanjutan diwujudkan melalui pengembangan sistem ekonomi kerakyatan berasaskan keadilan, dengan tetap memperhatikan pemanfaatan sumber daya manusia dalam keberlangsungan usaha. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara atau pun daerah. Peran penting tersebut dapat mendorong banyak negara termasuk Indonesia dalam rangka upaya mengembangkan UMKM. Saat ini UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar, mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Dengan potensi itulah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja (Yuliantoko, 2021).

Pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah masuk dalam 1 dari 10 prioritas nasional dikarenakan kekuatan ekonomi Indonesia yang sebagian besar masyarakatnya berada pada usaha kecil menengah (Moch Hari Purwiantoro, Dany Fajar Kristanto, SW., 2016). Dengan adanya revolusi industri 4.0, langkah tercepat yang harus bisa dilakukan oleh UMKM seminimal mungkin harus dapat memanfaatkan ponsel pintar dan internet dalam mendukung kinerja usaha yang sedang dijalankan.

Teknologi berperan aktif dalam perkembangan bisnis, hal ini didukung oleh perkembangan teknologi yang mengimbangi perkembangan bisnis seperti berkembangnya mesin dan alat produksi serta pemasaran yang dilakukan memanfaatkan teknologi seperti publikasi di internet, media sosial,

atau market place. Masa ini adalah masa di mana teknologi banyak mengambil peran dalam perkembangan bisnis, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat di dunia sedang memasuki era teknologi atau era digital (Studi et al., 2015).

Teknologi informasi yang digunakan pengusaha melalui ponsel pintar dan internet dapat dijadikan sarana pemasaran UMKM dan juga mempersingkat rantai distribusi barang serta mampu mengurangi biaya iklan (Rini Hasanah, Khuzaini, 2021). Tidak hanya teknologi informasi yang harus dimiliki oleh UMKM tapi juga produk-produk yang inovatif agar pelanggan tetap loyal menikmati produk tersebut. Sikap wirausahawan harus mengacu pada inovasi produk secara kreatif dalam proses percobaan terhadap gagasan baru yang memungkinkan menghasilkan metode produksi baru sehingga menghasilkan produk yang baru untuk pasar sekarang maupun pasar yang akan datang (Avriyanti, 2022).

Inovasi produk yang dihasilkan tentunya akan menambah varian produk yang jauh lebih berkualitas, serta mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan yang jauh lebih kompetitif. Ide-ide kreatif yang sangat diperlukan UMKM dikembangkan dalam berbagai pelatihan, group sharing dan lain sebagainya (Fufung Alfulailah, 2020).

Menurut Tjiptono (2007), strategi diversifikasi produk dapat diartikan sebagai suatu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, dengan tujuan mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas (Yuliana & Aziz, 2022).

Wahyudi (2006) menambahkan bahwa diversifikasi produk merupakan kegiatan pertumbuhan produk yang dilakukan untuk melakukan hasil penjualan melalui daur produk. Konsep ini dapat diartikan bahwa produk apapun yang dihasilkan sebuah industri dapat didaur menjadi bentuk baru untuk meningkatkan nilai jual dan keseimbangan pasar (Yuliana & Aziz, 2022).

Diversifikasi produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan volume penjualan yang dapat dilakukan oleh UMKM terutama jika UMKM

tersebut berada dalam tahap kedewasaan. Diversifikasi produk juga dapat diartikan sebagai usaha peningkatan penjualan dijalankan dengan cara membuat berbagai jenis produk untuk dikembangkan kedalam pasar yang baru. Contohnya adalah dengan membuat jenis produk yang berbeda baik dalam hal fungsi pemakaian, bentuk, harga, maupun ukuran untuk pasar yang baru (Fauzani, 2021).

(Shofwan Khamidi, Achmad Fauzi DH, n.d.). Diversifikasi produk dapat dikatakan suatu upaya untuk menjaga agar bisnis tetap berlangsung juga ditujukan menghasilkan pertumbuhan yang diinginkan memenangkan persaingan dalam industri, mempertahankan kesetiaan atau loyalitas pelanggan, dan mendorong pertumbuhan usaha (Shofwan Khamidi, Achmad Fauzi DH, n.d.) Dengan adanya diversifikasi produk maka UMKM tidak harus bergantung pada satu produk, tetapi UMKM dapat mengandalkan jenis produk lainnya. Jika salah satu jenis produk tengah mengalami penurunan penjualan, maka produk yang lain dapat mengatasi penurunan penjualan tersebut (Hermawan, 2015).

Sangat banyak UMKM yang melakukan strategi diversifikasi ini, di Sumatera Barat sendiri banyak UMKM yang bergerak dibidang kuliner atau kue kering yang melakukannya. Contohnya produk kue kering dakak-dakak simabur. Tidak hanya fokus terhadap penjualan kue dakak-dakak saja tapi juga banyak kue kering lainnya menjadi andalan UMKM tersebut.

UMKM yang terdapat di Sumatera Barat adalah UMKM yang sudah berdiskasi puluhan tahun lamanya. Perkembangan UMKM di Sumatera Barat sangat berkembang pesat, walaupun banyak hantaman yang datang, baik itu pada masa pandemik, kenaikan harga minyak goreng, tapi UMKM di Sumatera Barat dapat terus eksis. Hal ini tentu tidak dapat dipisahkan dari pariwisata yang terdapat di Sumatera Barat. UMKM yang sangat diminati di Sumatera Barat adalah dibidang kuliner, berbagai macam usaha kuliner yang menjadi ciri khas di Sumatera Barat sangat banyak tergantung daerah masing-masing UMKM tersebut. Contohnya di Tanah Datar terkenal dengan kuliner dakak-dakaknya, dan pias kacang.

UMKM di Tanah Datar mempunyai jenis kuliner yang sangat beragam baik dalam hal makanan dan minuman. Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan pada tanggal 06 juni 2023 di Dinas Koperindag Tanah Datar, jl.Prof Muhammad Yamin, Baringin, Kec. Lima Kaum, Kab. Tanah Datar. Tanah Datar sendiri mempunyai UMKM kue kering kurang lebih 188 UMKM penjual. Banyaknya UMKM yang bergerak di bidang kuliner kue kering ini sangat berhubungan dengan oleh-oleh yang ditawarkan daerah tersebut sebagai salah satu tujuan wisata di Sumatera Barat. Agar kue kering ini dapat bertahan lama maka UMKM mempunyai teknologi maupun inovasi dalam setiap produknya.

Produk yang dihasilkan oleh UMKM kue kering di Tanah Datar merupakan produk-produk unggulan di Sumatera barat, dengan banyaknya hantaman perubahan ekonomi belakangan ini diperlukan setiap pengusaha untuk memutar otaknya, agar dapat bertahan dan penjualan tetap stabil. Salah satu cara agar penjualan stabil tentunya dengan membuat inovasi-inovasi setiap produk yang dihasilkan, maupun dengan strategi diversifikasi yang dijalankan oleh pemilik UMKM.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Indonesia terkena dampak yang signifikan terhadap perkembangan revolusi industri
2. Sebagian besar masyarakat Indonesia berada pada usaha kecil menengah
3. Wirausaha Indonesia harus memiliki strategi diversifikasi produk
4. UMKM di Tanah Datar memiliki kuliner yang sangat beragam
5. Banyaknya hantaman perubahan ekonomi diperlukan setiap pengusaha harus memutar otaknya agar penjualan tetap stabil

### **C. Batasan Masalah**

Untuk memperjelas ruang lingkup yang akan dibahas dan agar penelitian yang dilaksanakan akan lebih terarah maka, terdapat batasan masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel inovasi produk terhadap perkembangan UMKM kue kering di Tanah Datar
2. Pengaruh variabel strategi diversifikasi terhadap perkembangan UMKM kue kering di Tanah Datar
3. Pengaruh variabel teknologi informasi terhadap perkembangan UMKM kue kering di Tanah Datar
4. Pengaruh variabel inovasi produk, strategi diversifikasi, dan teknologi informasi terhadap perkembangan UMKM kue kering di Tanah Datar

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan maka peneliti mengambil rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah Inovasi berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM kue kering di Tanah Datar dengan Teknologi Informasi sebagai Variabel Intervening?
2. Apakah Strategi Diversifikasi berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM kue kering di Tanah Datar dengan Teknologi Informasi sebagai Variabel Intervening?
3. Apakah Penggunaan teknologi informasi sebagai variabel intervening berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di Tanah Datar?
4. Apakah Inovasi berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di Tanah Datar?
5. Apakah Strategi Diversifikasi berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di Tanah Datar?

## **E. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui hubungan variabel dependen dan independen sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui inovasi berpengaruh terhadap Teknologi Informasi di Tanah Datar?
2. Untuk mengetahui Strategi Diversifikasi berpengaruh terhadap Teknologi Informasi di Tanah Datar?
3. Untuk mengetahui penggunaan Teknologi Informasi berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di Tanah Datar?
4. Untuk mengetahui Inovasi berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di Tanah Datar?
5. Untuk mengetahui Strategi Disertifikasi berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di Tanah Datar?

## **F. Manfaat dan Luaran Penelitian**

### **1. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca, yaitu sebagai berikut:

#### **a. Bagi Universitas**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah referensi perpustakaan, sehingga menjadi sumber informasi sumber informasi untuk mahasiswa yang akan melakukan penelitian serta bahan bacaan yang dapat menambah pengetahuan khususnya tentang inovasi produk, strategi diversifikasi dan teknologi informasi terhadap perkembangan UMKM.

#### **b. Bagi penulis**

Penelitian ini bermanfaat bagi penulis untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh inovasi produk, strategi diversifikasi dan teknologi informasi terhadap pertumbuhan UMKM.

c. Bagi Akademik

Hasil tulisan ini dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi mahasiswa untuk penelitian selanjutnya.

2. Luaran Penelitian

Luaran penelitian yang diharapkan dari penelitian ini agar diterbitkan pada jurnal ilmiah dan bisa menambah referensi perpustakaan UIN Mahmud Yunus Batusangkar.

**G. Defenisi Operasional**

1. Inovasi merupakan suatu ide atau gagasan pemikiran dalam mengembangkan sesuatu dengan memanfaatkan pengetahuan, keterampilan, serta pengalaman untuk menghasilkan/memperbaiki produk, proses dan sistem yang dapat memberikan nilai secara signifikan.
2. Strategi Diversifikasi dapat diartikan sebagai suatu upaya yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha yang tujuannya memberikan perubahan terhadap produk baru agar dapat bersaing dengan kompetitor dan dapat terus eksis.
3. Teknologi Informasi ialah teknologi yang dapat mempercepat proses produksi dan memasarkan produk, pemanfaatan teknologi informasi pada perkembangan UMKM memiliki banyak manfaat salah satunya memungkinkan pelaku usaha mendapat jangkauan pemasaran yang lebih luas bahkan bisa sampai pelosok negeri (Rini Hasanah, Khuzaini, 2021).
4. UMKM adalah Usaha Mikro Kecil Menengah yang bergerak dibidang makanan kue kering yang terletak di Tanah Datar (DATAR, 2022).

## BAB II KAJIAN TEORI

### A. Landasaan Teori

#### 1. Inovasi Produk

##### a. Pengertian Inovasi Produk

Inovasi suatu produk UMKM merupakan ide, persepsi baru dari seorang wirausahawan. (Wiratmo, 2001) menyatakan bahwa inovasi harus bisa memperbaiki barang atau produk dari UMKM yang sudah ada dengan menciptakan barang dengan bentuk atau kemasan yang baru. Inovasi produk merupakan gabungan faktor-faktor produksi dengan cara yang baru dan lebih baik. Menurut Kotler (2012) inovasi produk dapat didefinisikan sebagai gabungan dari berberapa macam proses yang saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Inovasi produk merupakan penerapan dari suatu kreativitas pada produksi yang dapat dilakukan serta memberi nilai tambah pada sumber daya yang dimiliki oleh pengusaha.

Dalam AL-Qur'an QS. Ar-Ra'd ayat 11 tersirat tentang inovasi:

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.*”

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 (Rakhmawati, 2022). Perubahan pada suatu kondisi juga harus berlandaskan pada akidah Islam yakni AL-Qur'an dan Hadits Nabi yang dijadikan sebagai dasar penerapan ilmu pengetahuan seorang muslim.

Usaha kecil adalah bagian dari peningkatan standar hidup dari konsumen UMKM dan konteks pandemic covid 19 yang merupakan

proyek baru, serta perlu dikelola dengan baik yang didukung secara tepat dengan inovasi dan kreatifitas yang mampu bersaing .

#### b. Jenis Inovasi Produk

Menurut (Rambat, 2004) inovasi yang dapat dilakukan wirausaha adalah sebagai berikut:

- 1) Memperkenalkan produk baru ataupun penyempurnaan terhadap produk yang lama
- 2) Memperkenalkan produksi dengan metode yang baru dibandingkan dengan membuka pasa baru terutama pasar luar negeri.
- 3) Membuat atau memasok stok baru bahan baku atau barang setengah jadi
- 4) Menciptakan bentuk bidang bisnis baru yang dapat menciptakan berbagai barang baru yang akan menguntungkan pasar untuk memiliki lebih banyak pilihan bagi konsumen, kemudian memunculkan metode produksi baru dan bentuk-bentuk baru. Bidang bisnis terbaru juga harus memberikan efek yang menguntungkan pengusaha. Efisiensi dapat juga dicapai dengan menggunakan bahan produksi baru.

Hubeis (2012: 75) inovasi produk merupakan pengetahuan produk baru, yang biasanya dikombinasikan dengan hal baru untuk membentuk cara produksi yang belum diketahui. Sehingga inovasi produk terbagi menjadi dua jenis yaitu:

- 1) Inovasi Produk Baru yaitu produk radikal
- 2) Inovasi Pengembangan Produk yaitu produk bertahap

#### c. Indikator Inovasi Produk

Beberapa indicator pada inovasi adalah:

- 1) *Relative advantage*, dalam mengajukan pertanyaan penting pada evaluasi keberhasilan potensial dari produk terbaru adalah “apakah produk bersangkutan akan dirasa menawarkan keunggulan yang jauh lebih besar dibandingkan produk yang digantikan?”

- 2) *Compatibility* yaitu adanya penerimaan terhadap produk terbaru yang telah dilakukan inovasi yang dinilai konsisten.
- 3) Kompleksitas adalah adanya kesulitan penerimaan produk dari konsumen yang disebabkan oleh tingkat kerumitan dari inovasi tersebut
- 4) Ketercobaan, merupakan suatu inovasi yang dapat dipergunakan terlebih dahulu
- 5) Keterlihatan adalah adalah hasil inovasi yang telah di uji coba dapat dilihat dengan konsumen. Ketika inovasi dapat diterima dengan baik dari keterlihatan uji coba tersebut.

## 2. Strategi Diversifikasi

### a. Pengertian Strategi Diversifikasi

Pada hakekatnya untuk meningkatkan volume penjualan bisa dilakukan dengan strategi diversifikasi. Adapun pengertiannya menurut para ahli adalah sebagai berikut.

Defenisi dari diversifikasi produk adalah penambahan jenis baru dari penjualan barang atau jasa yang di perjual belikan oleh perusahaan, atau perusahaan memperbaharui warna produk, tipe produk, ukuran produk dengan mempertimbangkan perolehan laba yang lebih maksimal (HK, 2019).

Berdasarkan kesamaan dari pendapat beberapa ahli, maka dapat disimpulkan bahwa diversifikasi adalah dalam meningkatkan laba perusahaan maka perusahaan harus bisa memberikan perubahan jenis barang atau jasa yang di produksi.

### b. Manfaat Strategi Diversifikasi

Beberapa manfaat dari strategi diversifikasi adalah:

- 1) Pengusaha dapat memberikan semua kemampuannya dalam memproduksi berbagai macam produk,
- 2) Adanya perluasan dari perusahaan dapat memaksimalkan laba
- 3) Adanya temuan yang inovatif yang bisa dimanfaatkan oleh konsumen

4) Perusahaan tidak bergantung pada satu pasar.

c. Indikator Strategi Diversifikasi

Beberapa indikator pendorong dari strategi diversifikasi adalah:

- 1) Adanya keinginan UMKM dalam menyesuaikan selera konsumen dengan produk yang diproduksi
- 2) Adanya keinginan terus maju dalam mengembangkan usaha
- 3) Stabilitas dalam usaha UMKM
- 4) Dari sumber dana kapasitas, menjadikan sumber input yang optimal
- 5) Adanya keinginan untuk melanjutkan usaha
- 6) Motif Non Ekonomi

### 3. Perkembangan Usaha

a. Pengertian Perkembangan Usaha

Perkembangan usaha terjadi karena adanya keinginan dari pengusaha untuk sampai pada titik puncak dari kesuksesan. Perkembangan dilakukan oleh pengusaha ketika pengusaha sudah melihat usaha yang dicapainya sudah mempunyai pasar yang stabil. Pengembangan usaha merupakan tanggung jawab oleh setiap pemilik usaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi, kreativitas. (Veronica Y. Wusan, S.L.V.H Joyce Lopian, 2021)

Perkembangan usaha dilihat dari penjualan yang terus meningkat, pasar yang semakin luas dan adanya inovasi, serta mampu bersaing dengan produk sejenis (Moch Hari Purwiantoro, Dany Fajar Kristanto, SW., 2016). Pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pengembang dari diversifikasi merupakan suatu perbaikan pelaksanaan kerja, baik berupa informasi, pengarahan, pengaturan, dan pedoman dalam pengembangan usaha.

b. Indikator Perkembangan Usaha

Variabel perkembangan usaha kecil yang dapat menunjang perkembangan usaha antara lain:

#### 1) Modal Usaha

Modal usaha tidak hanya berupa finansial dari perusahaan tapi juga semua yang berupa asset lancar dan liabilitas lancar. Walaupun finansial perusahaan merupakan salah satu ujung tombak dalam menjalankan operasional produktifitas perusahaan.

#### 2) Omzet Penjualan

Omzet penjualan merupakan jumlah barang yang diproduksi yang dapat dijual dalam partai besar maupun kecil.

#### 3) Keuntungan

Keuntungan didapat dari pendapatan dikurangi terhadap biaya-biaya produksi. Perusahaan harus mampu menghitung biaya produksi dari produk yang dihasilkan, karena semakin sedikit biaya yang dikeluarkan maka akan memaksimalkan keuntungan yang didapat oleh perusahaan.

### **4. Teknologi Informasi**

#### a. Pengertian Teknologi Informasi

Teknologi informasi merupakan alat bantu dari perkembangan teknologi terkini dalam melancarkan kegiatan usaha. Baik berupa perangkat keras maupun perangkat lunak computer.

#### b. Peranan dan Pentingnya Teknologi Informasi

Ada beberapa alasan penting dalam penerapan pengelolaan teknologi informasi yang harus diketahui oleh perusahaan yaitu:

- 1) Kompleksitas tugas dari manajemen semakin meningkat
- 2) Adanya pengaruh globalisasi
- 3) Harus ada response time yang lebih baik
- 4) Semakin ketatnya persaingan bisnis

#### c. Tujuan Teknologi Informasi

- 1) Pemecahan masalah yang lebih cepat
- 2) Kreatifitas yang semakin meningkat
- 3) Peningkatan efektifitas dan efisiensi kerja

#### d. Fungsi Teknologi Informasi

- 1) *Capture*, merupakan proses dari pengambilan atau penangkapan data yang akan menjadi dasar data input.
- 2) *Processing*
  - 1) Menggabungkan rincian catatan dalam aktifitas.
  - 2) Mengolah dan memproses data input yang diterima untuk menjadi informasi.
- 3) *Generating*, yaitu menghasilkan informasi yang dirangkum kedalam bentuk laporan dan lain-lainnya.
- 4) *Storage*, menyimpan data yang didapat dari informasi kedalam media lain dan dapat digunakan lagi.
- 5) *Retrival*, melihat kembali informasi yang sudah disimpan.
- 6) *Transmission*, adanya pengiriman data antar lokasi melalui jaringan internet.

#### e. Indikator Teknologi Informasi

Indikator yang terdapat pada teknologi informasi adalah

- 1) Komputer (system komputer), terdiri dari software dan hardware komputer
- 2) Komunikasi, Fasilitas komunikasi yang digunakan diantaranya adalah *multiplexer, pemroses depan, bridge, gateway* dan *network card, modem, concentrator*.
- 3) Keahlian Penggunaan

Adanya keterampilan dari setiap perkembangan teknologi yang dapat dipergunakan oleh pelaku usaha. Agar mendapatkan hasil yang optimal.

### 5. UMKM

UMKM merupakan ciri khas yang sudah ada di setiap negara. Baik itu negara berkembang maupun negara maju. (Rakhmawati, 2022) dalam buku (Dewi & Sihombing, 2019) menjelaskan bahwa UMKM memiliki peran yang strategis dalam membangun perekonomian suatu negara, tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi tetapi mampu menyerap tenaga

kerja dan mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. UMKM merupakan usaha dalam perekonomian yang produktif dimiliki oleh orang perorang maupun badan usaha. Ada beberapa golongan dari UMKM yaitu berdasarkan besarnya omzet pendapatan pertahunnya. Jumlah asset yang dimiliki, maupun jumlah pegawai (HK, 2019).

- a. Usaha Mikro yaitu, memiliki keuntungan usaha tidak lebih dari Rp. 300.000.000,- dan memiliki kekayaan bersih minimal sebesar Rp. 50.000.000,-
- b. Usaha Kecil yaitu, memiliki keuntungan dengan rentang Rp. 300.000.000,- sampai dengan Rp.2.500.000.000,-
- c. Usaha Menengah yaitu, memiliki keuntungan dengan rentang Rp. 2.500.000.000 sampai dengan Rp. 50.000.000.000,- sedangkan kekayaan bersih yang dimiliki minimal sebesar Rp. 500.000.000,-.

Indikator dari Perkembangan UMKM yaitu:

- a. Modal, perubahan modal dari awal usaha hingga sekarang.
- b. Omzet Penjualan yang terus meningkat.
- c. Keuntungan dari penjualan.

Kekuatan dan permasalahan UMKM

## **B. Penelitian Relevan**

Jurnal PUbBis yang judul artikel “ Pengaruh Inovasi Produk dan Teknologi Informasi terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada UMKM Bidang Kuliner di Kabupaten Tabalong)”. Pengusaha UMKM di Kabupaten Tabalong melakukan pengembangan usaha jangka Panjang dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi instansi terkait DISKOPERINDAG Kabupaten Tabalong dalam melakukan pembinaan, pelatihan dan bantuan yang dapat dilakukan agar UMKM di Tabalong dapat terus berkembang dengan memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan daerah dan kemakmuran masyarakat sekita, khususnya di tengah pandemi Covid-19 saat ini. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa: 1) adanya pengaruh inovasi produk terhadap perkembangan usaha UMKM dibidang kuliner

ditengah Pandemi Covid 19 pada Kabupaten Tabalong; 2) Tidak adanya pengaruh terhadap teknologi informasi terhadap perkembangan usaha UMKM dibidang kuliner di tengah Pandemi Covid-19 di Kabupaten Tabalong; 3) Besarnya pengaruh inovasi produk dan teknologi informasi terhadap Perkembangan Usaha pada UMKM bidang kuliner di Kabupaten Tabalong adalah sebesar 59,8%, variable lain yang tidak diteliti sisanya sebesar 40,2% (Avriyanti, 2022).

Jurnal dari Sulastini dkk, dengan judul “ Pengaruh Inovasi dan Informasi terhadap kinerja (studi pada UMKM di Kota Banjarmasin” hasil dari penelitian sulastini menyatakan inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, begitu juga dengan informasi terhadap kinerja UMKM berpengaruh signifikan. Sedangkan untuk uji t nya inovasi dan informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (Rini Hasanah, Khuzaini, 2021).

Fufung alfulailah dkk dalam artikel dengan judul “ Pengaruh Inovasi, Teknologi informasi dan Orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha”. Menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi, tapi orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Sedangkan teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha, inovasi tidak dapat memediasi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha dan inovasi dapat memediasi teknologi informasi terhadap kinerja usaha (Fufung Alfulailah, 2020).

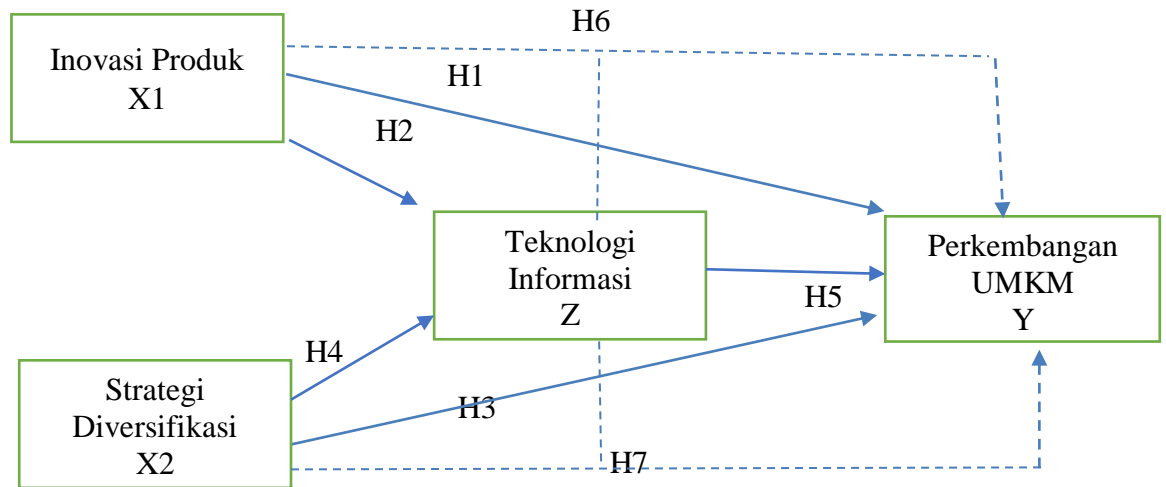
“Pengaruh penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM): artikel dari Moch Hari Purwiantoro dkk. Menyatakan bahwa UKM yang di observasi telah menggunakan media social dalam menjalankan usahanya, media social yang paling banyak digunakan adalah Facebook, twitter, dan Instagram (Moch Hari Purwiantoro, Dany Fajar Kristanto, SW., 2016).

Shofwan Khamidi dkk didalam artikel yang berjudul “Pengaruh Diversifikasi Produk terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada Perusahaan Konveksi “ FAIZA BORDIR” Bangil Pasuruan)” menyatakan bahwa

pelaksanaan kebijakan diversifikasi produk yang dilakukan oleh perusahaan telah mendorong peningkatan penjualan. Adanya korelasi yang tinggi antar volume penjualan masing-masing produk terhadap total volume penjualan (Shofwan Khamidi, Achmad Fauzi DH, n.d.).

“Dilema Diversifikasi Produk: Meningkatkan Pendapatan atau menimbulkan Kanibalisme Produk” artikel yang ditulis oleh Lucius Hermawan, menyatakan bahwa diversifikasi produk merupakan upaya perusahaan untuk meningkatkan penjualan melalui diversifikasi produk. Diversifikasi produk dimaksudkan untuk membuat produk bertahan lebih lama, yang mengarah ke produk yang siap dikonsumsi dan digunakan, memenuhi selera, kebutuhan dan harapan pelanggan, memperluas pasar, memfasilitasi transportasi, pekerjaan, nilai tambah, pendapatan dan sebagainya. Diperlukan untuk mendiversifikasi kreativitas, inovasi, penelitian, modal, promosi atau komunikasi pemasaran, bantuan dari usaha kecil dan menengah pemerintah. Namun bagi perusahaan yang tidak memiliki fondasi yang kuat, strategi diversifikasi akan menjadi bumerang bagi perusahaan itu sendiri. Bahkan diversifikasi produk yang kurang inovatif akan sulit untuk bersaing dengan pesaing, semakin buruk diversifikasi produk akan mengkonsumsi produk yang ada (kanibalisme produk) dan saling menjatuhkan (Hermawan, 2015).

### C. Kerangka Berfikir



**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Berfikir**

#### Keterangan:

**X1= Inovasi Produk**

**X2= Strategi Diversifikasi**

**Z = Teknologi Informasi**

**Y = Perkembangan UMKM**

Variabel bebas (*Independent Variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas X dalam penelitian ini adalah inovasi produk dan strategi diversifikasi. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah perkembangan UMKM. Sedangkan variabel intervening merupakan variabel yang secara teori atau dihipotesiskan mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen, dimana variabel independen tidak secara langsung mempengaruhi variabel dependen, melainkan melalui variabel intervening. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah teknologi informasi. Penelitian ini akan menjelaskan apakah pengaruh inovasi produk (X1), strategi diversifikasi (X2) berpengaruh terhadap perkembangan UMKM (Y) dengan teknologi informasi (Z).

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Hipotesis menyatakan hubungan apa yang kita cari atau ingin kita pelajari. Hipotesis adalah keterangan sementara dari hubungan fenomena-fenomena yang kompleks. Oleh karena itu, perumusan hipotesis menjadi sangat penting dalam sebuah penelitian (Setyawan, 2021).

Hipotesis akan diuji kebenarannya oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dalam meningkatkan perkembangan UMKM makanan kering di Tanah Datar. Hipotesis yang akan diuji antara lain:

- H01: Inovasi Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM makanan Kering di Tanah Datar
- Ha1: Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM makanan kering di Tanah Datar
- H02: Inovasi Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Teknologi Informasi
- Ha2: Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Teknologi Informasi
- H03: Strategi Diversifikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM makanan kering di Tanah Datar
- Ha3: Strategi Diversifikasi berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM makanan kering di Tanah Datar
- H04: Strategi Diversifikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Teknologi Informasi
- Ha4: Strategi Diversifikasi berpengaruh signifikan terhadap Teknologi Informasi
- H05: Teknologi Informasi berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM makanan kering di Tanah Datar
- Ha5: Teknologi Informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM di Tanah Datar

- H06: Inovasi Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM makanan kering di Tanah Datar dengan Teknologi Informasi sebagai Variabel Intervening
- Ha6: Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM makanan kering di Tanah Datar dengan Teknologi Informasi sebagai Variabel Intervening
- H07: Strategi Diversifikasi berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM makanan kering di Tanah Datar dengan Teknologi Informasi sebagai Variabel Intervening
- Ha7: Strategi Diversifikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM makanan kering di Tanah Datar dengan Teknologi Informasi sebagai Variabel Intervening

**BAB III**  
**METODE PENELITIAN**

**A. Jenis Penelitian**

Adapun jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field Research*). pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang deskriptif.

**B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian ini akan dilakukan pada UMKM makanan kering di Batusangkar, Tanah Datar. Dengan rancangan waktu penelitian sebagai berikut:

**Tabel 3. 1**  
**Rancangan Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Mar 2023	Apr 2023	Mei 2023	Juni 2023	Juli 2023	Ags 2023	Sep 2023	Okt 2023	Nov 2023	Des 2023	Jan 2024
1	Obsevasi awal											
2	Pengajuan Proposal											
3	Bimbingan Proposal											
4	Seminar Proposal											
5	Pengumpulan Data											
6	Penelitian											
7	Pengolahan Data											
8	Bimbingan Skripsi											
9	Munaqasyah											

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh UMKM makanan kering di Tanah Datar yang berjumlah 188 UMKM makanan kering.

#### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasi (Hermawan, 2019, hal. 62).

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah total sampling yaitu mengambil seluruh populasi untuk dijadikan sampel. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 65 UMKM makanan kering di Tanah Datar.

Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, perhitungannya pun tidak memerlukan table jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Dan penelitian ini menggunakan metode purposive sampling.

Rumus slovin untuk sampel adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan ( biasanya 1%,5% atau 10%) (Amin et al, 2023)

$$n = \frac{188}{1 + 188(0,1)^2}$$

$$= \frac{188}{1 + 1.88}$$

$$\frac{188}{2.88}$$

$$=65$$

Jadi, sampel yang digunakan dari responden dalam penelitian ini adalah 65 orang.

#### D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat. Maka penilaian dari instrumen tersebut menggunakan skala likert, yang mana skala ini mengidentifikasi pengukuran pendapat, sikap serta persepsi dalam lingkungan social, dengan skala penilaian antara 1 sampai 5. (Sugiyono, 2013)

**Tabel 3. 2**  
**Skor Penilaian Skala Likert**

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber:* (Sugiyono, 2013)

Kisi-kisi yang dapat dibentuk dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 3**  
**Kisi-kisi Instrumen Penelitian**

No	Variabel	Indikator
1.	Inovasi Produk (Ariyanti : 2022)	1. Keunggulan
		2. Keserasian/Kesesuaian
		3. Kekomplekan
		4. Ketercobaan
		5. Keterlibatan

2.	Strategi Diversifikasi (Nijman: 2000)	1. Hasrat untuk menyesuaikan produk dengan keinginan konsumen secara optimal
		2. Hasrat untuk bertumbuh
		3. Usaha mencapai stabilitas
		4. Hasrat untuk kelanjutan usaha
3.	Perkembangan UMKM (HK, 2019)	1. Modal
		2. Omzet Penjualan
		3. Keuntungan
4	Teknologi Informasi (Avriyanti, 2022)	1. Komputer
		2. Komunikasi
		3. Keterampilan Penggunaan

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### 1. Angket atau Kuisisioner

Angket atau kuisisioner adalah Instrumen penelitian yang berisi serangkaian pertanyaan atau pernyataan untuk menjangkau data atau informasi yang harus dijawab responden secara bebas sesuai dengan pendapatnya. Kuisisioner yang akan disebarluaskan sebanyak 65 kuisisioner dan diberikan kepada responden, dimana dalam hal ini akan diberikan kepada UMKM makanan kering di Tanah Datar.

##### 2. Dokumentasi

Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa gambar/foto laporan kuisisioner dari responden

#### F. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang dilakukan adalah analisis data kuantitatif, dilakukan dengan beberapa langkah berikut:

## 1. Uji Measurement Model (Outer Model)

### a. Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

*Convergent validity*, dinilai berdasarkan *loading factor* (korelasi antara skor item atau skor komponen dengan skor struktur), *convergent validity* dilakukan untuk melihat nilai *loading factor* setiap indikator. Nilai *loading factor* menunjukkan validitas ukuran variabel yang sedang diteliti. Nilai *loading factor* yang diharapkan adalah  $> 0,7$

### b. Uji Validitas Diskriminan (*Diskriminant Validity*)

Uji validitas diskriminan dilakukan dengan membandingkan nilai *cross loading*. Nilai *cross loading* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai *cross loading* konstruk yang lain.

### c. Average Variance Extracted (AVE)

AVE merupakan pengujian validitas suatu konstruk serta valid jika memiliki nilai  $AVE > 0,5$

### d. Composite reliability

*Composite reliability* adalah alternatif uji *cronbach alpha*, digunakan untuk memeriksa reliabilitas suatu konstruk. *Composite reliability* dengan nilai  $> 0,7$  artinya memiliki nilai reliabilitas yang tinggi.

### e. Cronbach Alpha

Uji reliabilitas diperkuat dengan *cronbach alpha*. Nilai *Cronbach alpha* sebaiknya  $> 0,7$ .

## 2. Uji Struktural Model (Inner Model)

### a. R-square

Perhitungan  $R^2$  menjelaskan jika hasil  $R^2 > 0,67$  untuk variabel laten endogen dalam model *structural* mengindikasikan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam kategori baik. Nilai  $R^2$  0.33-0.67 masuk dalam kategori sedang dan jika  $R^2$  0.19-0.33, maka masuk dalam kategori lemah.

b. Q-square (Penilaian *Goodness of Fit*)

Penilaian *goodness of fit* diketahui dari nilai Q-square . nilai Q-square mempunyai interpretasi yang sama dengan *coefficient determination* (R-square) pada analisis regresi. Jika nilai Q-square semakin tinggi, maka model adalah baik dan fit dengan data.

- c. Mengukur efek kebaikan model dimana,  $f^2 \leq 0,15$ , menunjukkan efek kecil hingga sedang dari suatu eksogen membangun di atas konstruksi endogen F-square.
- d. Model fit indeks Syarat untuk mengukur Goodness of fit Model adalah dengan melihat nilai SRMR. Dikatakan good fit jika nilai SRMR  $< 0,08$  dan Nilai ULS  $> 0.2$ .
- e. Pengujian Hipotesis (Dirrect Effect) menandakan kapasitas atau pengaruh yang dihipotesiskan diantara konstruk. Hasil kalkulasi bootstrapping akan dihasilkan t statistik dari setiap hubungan atau jalur. Pengujian hipotesis dengan tingkat signifikansi atau nilai (P-value)  $< 0,05$  maka dapat dikatakan signifikan (hipotesis diterima) dan jika nilai P-value  $> 0.05$  maka dikatakan tidak signifikan (hipotesis ditolak).
- f. Uji total efek (Indirect Effect) dilakukan untuk menguji hipotesis pengaruh tidak langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen) yang diantarai/dimediasi oleh suatu variabel intervening(variabel mediator).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Profil Kabupaten Tanah Datar**

Tanah Datar atau Luhak Nan Tuo merupakan salah satu kabupaten di provinsi Sumatera Barat, Indonesia, yang beribu kota Batusangkar. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 133.600 Ha dengan jumlah penduduk 374.431 jiwa pada tahun 2021. Tanah Datar memiliki 14 kecamatan, 75 nagari, dan 395 jorong. Secara geografis wilayah Kabupaten Tanah Datar berada di sekitar kaki gunung Merapi, gunung Singgalang, dan gunung Sago, dan diperkaya pula dengan 25 sungai. Danau Singkarak yang cukup luas sebagian diantaranya merupakan wilayah Kabupaten Tanah Datar yakni terletak di Kecamatan Batipuh Selatan dan Rambatan.

Diantara seluruh kecamatan yang ada, 3 Kecamatan terletak pada ketinggian antara 750 s.d. 1000 meter di atas permukaan laut, yaitu Kecamatan X Koto, Salimpaung, dan Tanjung Baru. Sementara itu empat Kecamatan lainnya, yaitu Kecamatan Lima Kaum, Tanjung Emas, Padang Ganting, dan Sungai Tarab terletak pada ketinggian 450 s.d. 550 meter dari permukaan laut. Sedangkan 7 Kecamatan lagi terletak pada ketinggian yang bervariasi, misalnya Kecamatan Lintau Buo yang terletak pada ketinggian antara 200 s.d. 750 meter dari permukaan laut. Jika dilihat dari luas wilayah Kecamatan, maka Kecamatan yang paling kecil luasnya adalah Kecamatan Lima Kaum dengan luas 50,00 Km<sup>2</sup>, sedangkan Kecamatan yang paling luas adalah Kecamatan Lintau Buo Utara, yakni 204,31 Km<sup>2</sup>, kemudian diikuti Kecamatan X Koto yang luasnya 152,02 Km<sup>2</sup>.

Batusangkar merupakan ibukota kabupaten tanah datar, uniknya Kota Batusangkar ini berada pada tiga (3) wilayah kecamatan, yaitu Kecamatan Lima Kaum, Kecamatan Tanjung Emas, dan Kecamatan Sungai Tarab. Sedangkan pusat pemerintahan berada di Kecamatan Tanjung Emas atau tepatnya di Nagari Pagaruyung. Kota Batusangkar ini lebih dikenal sebagai Kota Budaya, karena di Kabupaten Tanah Datar terdapat banyak peninggalan



**a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

**Tabel 4.1**  
**Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki – Laki	8	12%
Perempuan	57	88%
Total	65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Responden berdasarkan jenis kelamin (*gender*) menjelaskan bahwa dari 65 responden jenis kelamin yang banyak dalam penelitian ini adalah perempuan yakni sebanyak 57 orang atau 88%, sedangkan laki-laki sebanyak 8 orang atau 12%.

**b. Responden Berdasarkan Jenis Umur**

**Tabel 4.2**  
**Profil Responden Berdasarkan Umur**

Umur	Frekuensi	Persentase
>20 tahun	2	3%
25 – 29 tahun	8	12%
30 – 34 tahun	12	18%
35 – 39 tahun	19	29%
>39 tahun	24	38%
Total	65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari 65 responden yang digunakan untuk sampel, responden berumur >20 tahun dengan jumlah 2 responden atau sebesar 3%. Mayoritas responden berumur >39 tahun yakni 24 responden atau 38%. Responden berumur 35-39 tahun dengan jumlah 19 responden atau 29%. Responden dengan umur 30-34 tahun berjumlah 12 responden atau 18%. Responden berumur 25-29 tahun dengan jumlah 8 responden atau 12%.

## 2. Jawaban Responden Terhadap Variabel Inovasi Produk

### a. Perusahaan Membuat Kemasan Baru Yang Unik Agar Berbeda Dari Pesaing

**Tabel 4.3**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 1**  
**(Membuat kemasan baru yang unik berbeda dari pesaing)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Kurang Setuju (KS)	15	23%
4	Setuju (S)	45	69%
5	Sangat Setuju (SS)	5	8%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “membuat kemasan baru yang unik berbeda dari pesaing” responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 15 orang atau sebesar 23%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 45 orang atau sebesar 69%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju(SS) sebanyak 5 orang atau sebesar 8%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

### b. Perusahaan Membuat Dan Memperkenalkan Produk Baru Pada Konsumen

**Tabel 4.4**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 2**  
**(Perusahaan membuat dan memperkenalkan produk baru pada konsumen)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	4	6%
3	Kurang Setuju (KS)	7	11%

4	Setuju (S)	46	71%
5	Sangat Setuju (SS)	8	12%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “perusahaan memperkenalkan produk baru pada konsumen” responden memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 4 responden atau sebesar 6%, responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 7 orang atau sebesar 11%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 46 orang atau sebesar 71%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju(SS) sebanyak 8 orang atau sebesar 12%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

### c. Perusahaan Mencoba Proses Produk Dengan Cara Baru

**Tabel 4.5**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 3**  
**(Perusahaan mencoba proses produk dengan cara baru)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	4	6%
3	Kurang Setuju (KS)	15	23%
4	Setuju (S)	40	62%
5	Sangat Setuju (SS)	6	9%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “perusahaan mencoba proses produk dengan cara baru” responden memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 4 responden atau sebesar 6%, responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 15 orang atau sebesar 23%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 40 orang atau sebesar 62%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 6

orang atau sebesar 9%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

**d. Perusahaan Membuat Berbagai Jenis Variasi Rasa Produk**

**Tabel 4.6**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 4**  
**(Perusahaan Membuat Berbagai Jenis Variasi Rasa Produk)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	6	9%
3	Kurang Setuju (KS)	5	8%
4	Setuju (S)	34	52%
5	Sangat Setuju (SS)	20	31%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “perusahaan berbagai jenis variasi rasa produk” responden memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 6 responden atau sebesar 9%, responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 5 orang atau sebesar 8%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 34 orang atau sebesar 52%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 20 orang atau sebesar 31%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

**e. Perusahaan Melakukan Perubahan Harga Sesuai Dengan Harga Pasar**

**Tabel 4.7**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 5**  
**(Perusahaan Melakukan Perubahan Harga**  
**Sesuai Dengan Harga Pasar)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	1	1%
3	Kurang Setuju (KS)	6	9%

4	Setuju (S)	42	65%
5	Sangat Setuju (SS)	16	25%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “perusahaan melakukan perubahan harga sesuai dengan harga pasar” responden memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 1 responden atau sebesar 1%, responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 6 orang atau sebesar 9%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 42 orang atau sebesar 65%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 16 orang atau sebesar 25%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

**f. Harga Disesuaikan Berdasarkan Ukuran, Bentuk Dan Pesanan**

**Tabel 4.8**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 6**  
**(Harga Disesuaikan Berdasarkan Ukuran,**  
**Bentuk Dan Pesanan)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	1	1%
3	Kurang Setuju (KS)	10	15%
4	Setuju (S)	41	64%
5	Sangat Setuju (SS)	13	20%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “harga disesuaikan berdasarkan bentuk, ukuran dan pesanan” responden memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 1 responden atau sebesar 1%, responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 10 orang atau sebesar 15%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 41 orang

atau sebesar 64%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 13 orang atau sebesar 20%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

**g. Perusahaan Menghadirkan Produk Sesuai Dengan Kebutuhan Konsumen**

**Tabel 4.9**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 7**  
**(Perusahaan Menghadirkan Produk Sesuai**  
**Dengan Kebutuhan Konsumen)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	3	5%
3	Kurang Setuju (KS)	10	15%
4	Setuju (S)	39	60%
5	Sangat Setuju (SS)	13	20%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “perusahaan menghadirkan produk sesuai kebutuhan konsumen” responden memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 3 responden atau sebesar 5%, responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 10 orang atau sebesar 15%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 39 orang atau sebesar 60%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 13 orang atau sebesar 20%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

### 3. Jawaban Responden Terhadap Variabel Strategi Diversifikasi

#### a. Produk-produk yang ditawarkan memiliki kemasan yang bervariasi

**Tabel 4.10**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 1**  
**(produk yang ditawarkan memiliki kemasan yang bervariasi)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Kurang Setuju (KS)	11	17%
4	Setuju (S)	47	72%
5	Sangat Setuju (SS)	7	11%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “produk yang ditawarkan memiliki kemasan yang bervariasi” responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 11 orang atau sebesar 17%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 47 orang atau sebesar 72%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 7 orang atau sebesar 11%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

#### b. Ukuran Kemasan Kue Kering Sesuai Kebutuhan

**Tabel 4.11**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 2**  
**(Ukuran Kemasan Kue Kering Sesuai Kebutuhan)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Kurang Setuju (KS)	13	20%
4	Setuju (S)	45	69%
5	Sangat Setuju (SS)	7	11%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “ukuran kemasan kue kering sesuai kebutuhan” responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 13 orang atau sebesar 20%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 45 orang atau sebesar 69%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 7 orang atau sebesar 11%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

**c. Kemasan Memiliki Ciri Khas Yang Beda Dan Menarik**

**Tabel 4.12**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 3**  
**(Kemasan Memiliki Ciri Khas Yang Beda Dan Menarik)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	2	3%
3	Kurang Setuju (KS)	23	36%
4	Setuju (S)	32	49%
5	Sangat Setuju (SS)	8	12%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.12 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “kemasan memiliki ciri khas yang beda dan menarik” responden memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 2 orang atau sebesar 3%, responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 23 orang atau sebesar 36%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 32 orang atau sebesar 49%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 8 orang atau sebesar 12%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

**d. UMKM Memiliki Berbagai Jenis Kue Kering Yang Dapat Dijadikan Oleh-Oleh Khas**

**Tabel 4.13**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 4**  
**(UMKM Memiliki Berbagai Jenis Kue Kering Yang Dapat Dijadikan Oleh-Oleh Khas)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	4	6%
3	Kurang Setuju (KS)	16	25%
4	Setuju (S)	27	41%
5	Sangat Setuju (SS)	18	28%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.13 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “UMKM memiliki berbagai jenis kue kering yang dapat dijadikan oleh-oleh khas” responden memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 4 orang atau sebesar 6%, responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 16 orang atau sebesar 25%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 27 orang atau sebesar 41%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 18 orang atau sebesar 28%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

**e. Harga Yang Ditawarkan Sesuai Dengan Kualitas Produk**

**Tabel 4.14**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 5**  
**(Harga Yang Ditawarkan Sesuai Dengan Kualitas Produk)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Kurang Setuju (KS)	14	22%
4	Setuju (S)	34	52%
5	Sangat Setuju (SS)	17	26%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.14 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk” responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 14 orang atau sebesar 22%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 34 orang atau sebesar 52%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 17 orang atau sebesar 26%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

**f. Produk Yang Diatawarkan Harga Terjangkau**

**Tabel 4.15**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 6**  
**(Produk Yang Ditawarkan Harga Terjangkau)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	2	3%
3	Kurang Setuju (KS)	6	9%
4	Setuju (S)	48	74%
5	Sangat Setuju (SS)	9	14%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.15 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “produk yang ditawarkan harga terjangkau” responden memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 2 orang atau sebesar 3%, responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 6 orang atau sebesar 9%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 48 orang atau sebesar 74%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 9 orang atau sebesar 14%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

**g. Produk Memiliki Kualitas Kemasan Yang Bagus**

**Tabel 4.16**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 7**  
**(Produk Memiliki Kualitas Kemasan Yang Bagus)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Kurang Setuju (KS)	8	12%
4	Setuju (S)	52	80%
5	Sangat Setuju (SS)	5	8%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.16 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “produk memiliki kualitas kemasan yang bagus responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 8 orang atau sebesar 12%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 52 orang atau sebesar 80%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 5 orang atau sebesar 8%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

**4. Jawaban Responden Terhadap Variabel Teknologi Informasi**

**a. Menerapkan Teknologi Informasi Dalam Bentuk Whatsapp Untuk Transaksi Pemesanan**

**Tabel 4.17**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 1**  
**(Menerapkan Teknologi Informasi Dalam Bentuk**  
**Whatsapp Untuk Transaksi Pemesanan)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Kurang Setuju (KS)	18	28%
4	Setuju (S)	38	58%
5	Sangat Setuju (SS)	9	14%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.17 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “menerapkan teknologi informasi dalam bentuk whatsapp untuk pemesanan” responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 18 orang atau sebesar 28%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 38 orang atau sebesar 58%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 9 orang atau sebesar 14%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

**b. Teknologi Informasi Dapat Membantu Pekerjaan dalam Memperoleh Informasi**

**Tabel 4.18**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 2**  
**(Teknologi Informasi Dapat Membantu Pekerjaan**  
**dalam Memperoleh Informasi)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Kurang Setuju (KS)	18	28%
4	Setuju (S)	38	58%
5	Sangat Setuju (SS)	9	14%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.18 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “teknologi informasi dapat membantu pekerjaan dalam memperoleh informasi” responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 18 orang atau sebesar 28%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 38 orang atau sebesar 58%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 9 orang atau sebesar 14%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

**c. Mudah Melakukan Transaksi Dengan Teknologi Informasi**

**Tabel 4.19**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 3**  
**(Mudah Melakukan Transaksi Dengan Teknologi Informasi)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	8	12%
3	Kurang Setuju (KS)	23	35%
4	Setuju (S)	29	45%
5	Sangat Setuju (SS)	5	8%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.19 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “mudah melakukan transaksi dengan teknologi informasi” responden memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 8 orang atau sebesar 12%, responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 23 orang atau sebesar 35%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 29 orang atau sebesar 45%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 5 orang atau sebesar 8%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

**d. Teknologi Membantu Menyimpan Data Atau Informasi Yang Saya Miliki**

**Tabel 4.19**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 4**  
**(Teknologi Membantu Menyimpan Data**  
**Atau Informasi Yang Saya Miliki)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	2	3%
3	Kurang Setuju (KS)	35	54%
4	Setuju (S)	24	37%
5	Sangat Setuju (SS)	4	6%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.20 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “teknologi membantu menyimpan data atau informasi yang dimiliki” responden memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 2 orang atau sebesar 3%, responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 35 orang atau sebesar 54%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 24 orang atau sebesar 37%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 4 orang atau sebesar 6%. Jawaban responden pada pernyataan di atas didominasi oleh jawaban setuju.

**e. Teknologi Informasi Membantu Mengembangkan Usaha Dengan Memanfaatkan Media Sosial**

**Tabel 4.20**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 5**  
**(Teknologi Informasi Membantu Mengembangkan Usaha**  
**Dengan Memanfaatkan Social Media)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	2	3%
3	Kurang Setuju (KS)	29	45%
4	Setuju (S)	34	52%
5	Sangat Setuju (SS)	0	0%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.21 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “Teknologi Informasi Membantu Mengembangkan Usaha Dengan Memanfaatkan Social Media” responden memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 2 orang atau sebesar 3%, responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 29 orang atau sebesar 45%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 34 orang atau sebesar 52%. Jawaban responden pada pernyataan di atas didominasi oleh jawaban setuju.

**f. Tidak Dapat Mengembangkan Teknologi Informasi Yang Sudah Ada**

**Tabel 4.21**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 6**  
**(Tidak Dapat Mengembangkan Teknologi**  
**Informasi Yang Sudah Ada)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	4	6%
3	Kurang Setuju (KS)	32	49%
4	Setuju (S)	25	39%
5	Sangat Setuju (SS)	4	6%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.22 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “tidak dapat mengembangkan teknologi informasi yang sudah ada” responden memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 4 orang atau sebesar 6%, responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 32 orang atau sebesar 49%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 25 orang atau sebesar 39%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 4 orang atau sebesar 6%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

**g. Tidak Dapat Menerapkan Teknologi Informasi Dalam Usaha Secara Maksimal**

**Tabel 4.22**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 7**  
**(Tidak Dapat Menerapkan Teknologi Informasi**  
**Dalam Usaha Secara Maksimal)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	4	6%
3	Kurang Setuju (KS)	29	45%

4	Setuju (S)	29	45%
5	Sangat Setuju (SS)	3	4%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.23 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “tidak dapat menerapkan teknologi informasi dalam usaha secara maksimal” responden memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 4 orang atau sebesar 6%, responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 29 orang atau sebesar 45%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 29 orang atau sebesar 45%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 3 orang atau sebesar 4%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

## 5. Jawaban Responden Terhadap Variabel Perkembangan UMKM

### a. Usaha Mengalami Peningkatan Penjualan Setiap Bulannya

**Tabel 4.23**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 1**  
**(Usaha Mengalami Peningkatan Penjualan Setiap Bulannya)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	2	3%
3	Kurang Setuju (KS)	38	59%
4	Setuju (S)	19	29%
5	Sangat Setuju (SS)	6	9%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.24 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “usaha mengalami peningkatan penjualan setiap bulannya” responden memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 2 orang atau sebesar 3%, responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 38 orang atau sebesar 59%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 19 orang atau

sebesar 29%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 6 orang atau sebesar 9%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

**b. Usaha Mengalami Peningkatan Modal Setiap Bulannya**

**Tabel 4.24**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 2**  
**(Usaha Mengalami Peningkatan Modal Setiap Bulannya)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	4	6%
3	Kurang Setuju (KS)	29	45%
4	Setuju (S)	25	38%
5	Sangat Setuju (SS)	7	11%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.25 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “usaha mengalami peningkatan modal setiap bulannya” responden memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 4 orang atau sebesar 6%, responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 39 orang atau sebesar 45%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 25 orang atau sebesar 38%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 7 orang atau sebesar 11%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban kurang setuju.

**c. Daerah Pemasaran Usaha Semakin Meningkat Dengan Penggunaan Internet**

**Tabel 4.25**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 3**  
**(Daerah Pemasaran Usaha Semakin Meningkat**  
**Dengan Penggunaan Internet)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	6	9%

3	Kurang Setuju (KS)	27	41%
4	Setuju (S)	24	38%
5	Sangat Setuju (SS)	8	12%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.26 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “daerah pemasaran usaha semakin meningkat dengan penggunaan internet” responden memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 6 orang atau sebesar 9%, responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 27 orang atau sebesar 41%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 24 orang atau sebesar 37%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 8 orang atau sebesar 12%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban kurang setuju.

#### **d. Keuntungan Hasil Penjualan Kadang Kala Mengalami Penurunan**

**Tabel 4.26**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 4**  
**(Keuntungan Hasil Penjualan Kadang Kala**  
**Mengalami Penurunan)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	4	6%
3	Kurang Setuju (KS)	26	40%
4	Setuju (S)	29	45%
5	Sangat Setuju (SS)	6	9%
<b>Jumlah</b>		65	100%

*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.27 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “keuntungan hasil penjualan kadang kala mengalami penurunan” responden memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 4 orang atau sebesar 6%, responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 26 orang atau sebesar 40%,

responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 29 orang atau sebesar 45%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 6 orang atau sebesar 9%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

**e. Pengelolaan Modal Yang Baik Mampu Meningkatkan Penjualan Dan Laba Setiap Bulannya**

**Tabel 4.27**  
**Jawaban Responden Pada Pernyataan 5**  
**(Pengelolaan Modal Yang Baik Mampu Meningkatkan**  
**Penjualan Dan Laba Setiap Bulannya)**

No	Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	4	6%
3	Kurang Setuju (KS)	27	41%
4	Setuju (S)	30	46%
5	Sangat Setuju (SS)	4	6%
<b>Jumlah</b>		65	100%

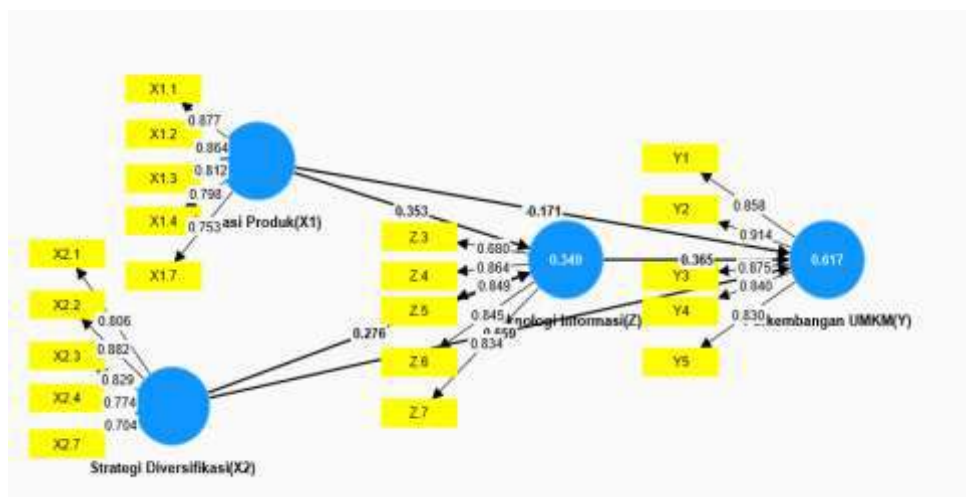
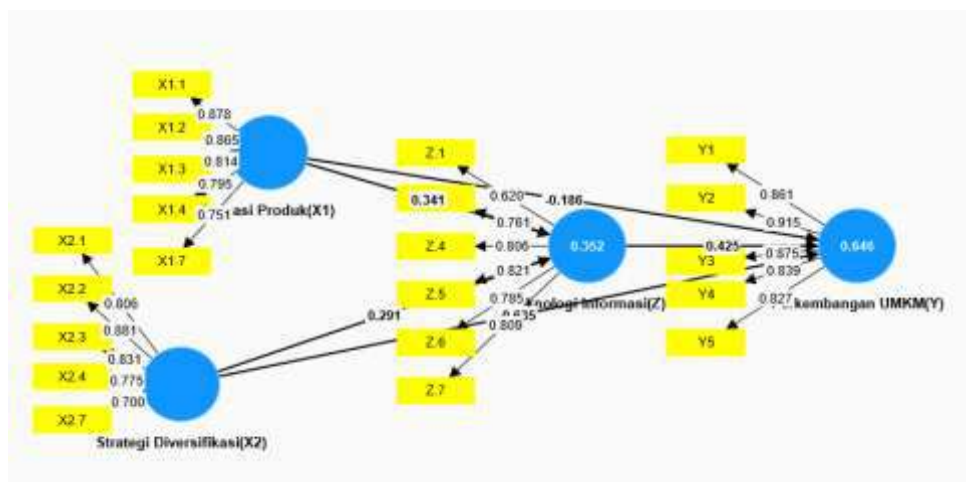
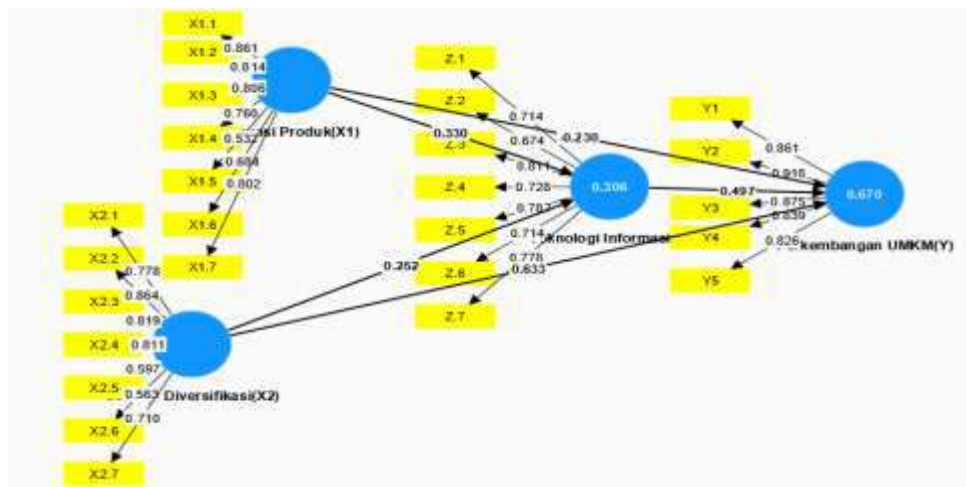
*Sumber: Data Olahan Kuesioner*

Berdasarkan jawaban responden pada tabel 4.28 di atas dapat diketahui bahwa pada pernyataan “pengelolaan modal yang baik mampu meningkatkan penjualan dan laba setiap bulannya” responden memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 4 orang atau sebesar 6%, responden memilih jawaban kurang setuju (KS) adalah sebanyak 27 orang atau sebesar 41%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 30 orang atau sebesar 46%, sedangkan jawaban untuk sangat setuju (SS) sebanyak 4 orang atau sebesar 6%. Jawaban responden pada pernyataan di atas di dominasi oleh jawaban setuju.

**C. Analisis Data Hasil Penelitian**

Data hasil penelitian diolah dengan menggunakan *smartPls 4.0* dengan bagan sebagai berikut:

1. Outer Model



Gambar 4. 2  
Outer model awal

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2023

**a. Convergent validity (validitas konvergen)**

*Convergent validity* merupakan penilaian untuk mengukur kekuatan indikator dalam merefleksikan konstruk laten. Convergent validity terjadi apabila skor yang didapat dari dua instrumen yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi tinggi. Suatu indikator dinyatakan valid jika mempunyai loading factor di atas 0,7 terhadap konstruk yang dituju. Validitas konvergen dilakukan untuk menghitung keakuratan suatu item atau sekumpulan item.

**Tabel 4. 28**  
**Hasil Uji Convergent Validity (loading factor awal)**

<i>Latent Variable</i>	<i>Item</i>	<i>Loading Factor (Fl)</i>	<b>Keputusan</b>
Inovasi Produk	X1.1	0.881	Valid
	X1.2	0.863	Valid
	X1.3	0.806	Valid
	X1.4	0.798	Valid
	X1.5	0.532	Tidak Valid
	X1.6	0.664	Tidak Valid
	X1.7	0.756	Valid
Strategi Diversifikasi	X2.1	0.808	Valid
	X2.2	0.882	Valid
	X2.3	0.827	Valid
	X2.4	0.770	Valid
	X2.5	0.597	Tidak Valid
	X2.6	0.563	Tidak Valid
	X2.7	0.707	Valid
Teknologi Informasi	Z1	0.620	Tidak Valid
	Z2	0.674	Tidak Valid
	Z3	0.680	Tidak Valid

	Z4	0.892	Valid
	Z5	0.858	Valid
	Z6	0.902	Valid
	Z7	0.885	Valid
Perkembangan UMKM	Y1	0.885	Valid
	Y2	0.913	Valid
	Y3	0.874	Valid
	Y4	0.842	Valid
	Y5	0.834	Valid

Sumber: Pengolahan Data 2023

Diperoleh hasil bahwa terdapat indikator yang memiliki nilai loading factor  $< 0.700$  pada variabel Inovasi Produk yakni item X1.5 dan X1.6, pada variabel strategi diversifikasi item X2.5 dan X2.6, kemudian pada variabel teknologi informasi item Z1, Z2 dan Z3. Yang berarti beberapa item tersebut bukan faktor pembentuk variabel latennya, maka perlu dieliminasi dan dilakukan kalkulasi ulang sampai hasil yang valid. Setelah dilakukan estimasi ulang, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 29**  
**Hasil Uji Convergent Validity (loading factor) akhir**

<i>Latent Variable</i>	<i>Item</i>	<i>Loading Factor (Fl)</i>	<b>Keputusan</b>
Inovasi Produk	X1.1	0.881	Valid
	X1.2	0.863	Valid
	X1.3	0.806	Valid
	X1.4	0.798	Valid
	X1.7	0.756	Valid
Strategi Diversifikasi	X2.1	0.808	Valid
	X2.2	0.882	Valid
	X2.3	0.827	Valid

	X2.4	0.770	Valid
	X2.7	0.707	Valid
Teknologi Informasi	Z4	0.892	Valid
	Z5	0.858	Valid
	Z6	0.902	Valid
	Z7	0.885	Valid
Perkembangan UMKM	Y1	0.885	Valid
	Y2	0.913	Valid
	Y3	0.874	Valid
	Y4	0.842	Valid
	Y5	0.834	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Hasil evaluasi *convergent validity* dengan *loading factor*, menunjukkan semua *loading factor* pada masing-masing variabel memiliki  $> 0.700$ , dapat diartikan bahwa variabel-variabel tersebut adalah valid dan baik untuk digunakan serta dapat dianalisis lebih lanjut.

#### b. *Diskriminant Validity*

Diskriminan validity memiliki fungsi untuk mengukur ketepatan model reflektif dan untuk nilai AVE. suatu indikator dinyatakan valid jika mempunyai loading factor tertinggi kepada indikator yang dituju dibandingkan loading factor kepada indikator lain, dimana hasilnya didapatkan sebagai berikut.

**Tabel 4. 30**  
**Hasil Uji *Deskriminant Validity* (*Cross Loading*)**

Item	Inovasi Produk(X1)	Strategi Diversifikasi(X2)	Teknologi Informasi(Z)	Perkembangan UMKM(Y)
X1.1	0.881	0.717	0.463	0.609
X1.2	0.863	0.613	0.393	0.420
X1.3	0.806	0.670	0.384	0.459
X1.4	0.798	0.606	0.372	0.354

<b>X1.7</b>	0.756	0.487	0.391	0.301
<b>X2.1</b>	0.519	0.808	0.445	0.606
<b>X2.2</b>	0.653	0.882	0.497	0.633
<b>X2.3</b>	0.547	0.827	0.367	0.667
<b>X2.4</b>	0.766	0.770	0.273	0.501
<b>X2.7</b>	0.623	0.707	0.309	0.481
<b>Y1</b>	0.393	0.545	0.483	0.855
<b>Y2</b>	0.421	0.652	0.436	0.913
<b>Y3</b>	0.433	0.689	0.469	0.874
<b>Y4</b>	0.503	0.582	0.483	0.842
<b>Y5</b>	0.579	0.664	0.433	0.834
<b>Z4</b>	0.540	0.443	0.892	0.405
<b>Z5</b>	0.333	0.447	0.858	0.509
<b>Z6</b>	0.514	0.423	0.902	0.444
<b>Z7</b>	0.331	0.383	0.865	0.517

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Hasil *discriminant validity* dengan *cross loading* dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang baik karena masing-masing indikator menunjukkan variabel nilai *cross loading* terbesar pada variabel yang dibentuk, jika dibandingkan dengan nilai indikator variabel lainnya.

### c. Uji Reliabilitas

Hasil *composite reliability* dan *cronbach's alfa* di atas 0,7 menghasilkan nilai yang baik . sedangkan untuk nilai *average variance extracted (AVE)* dengan nilai koefisien sebesar  $\geq 0,5$ . Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil *reliability*, sebagai berikut:

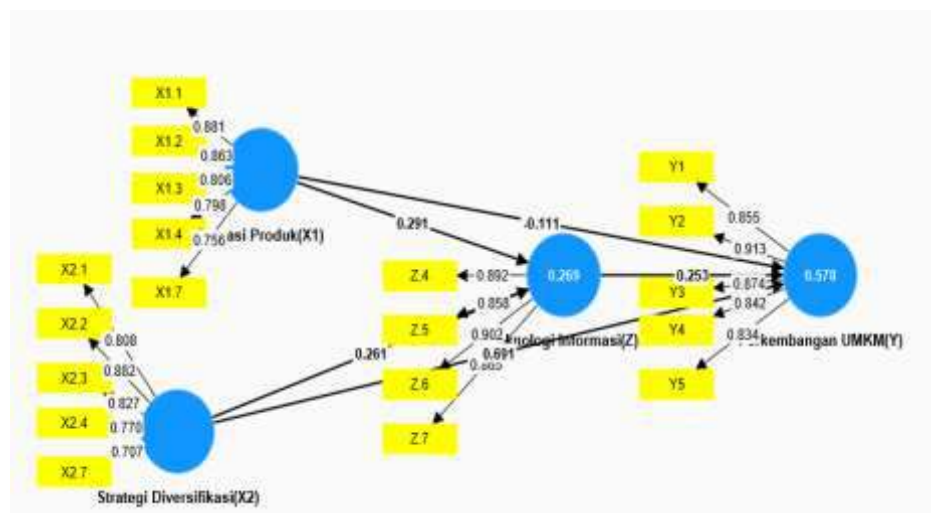
**Tabel 4. 31**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Avarage Variance Extracted</i>
Inovasi Produk	0.880	0.901	0.676

Strategi Diversifikasi	0.859	0.874	0.842
Teknologi Informasi	0.902	0.903	0.774
Perkembangan UMKM	0.915	0.918	0.746

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Hasil *reliability* dan *average variance extracted (AVE)*, menunjukkan nilai *Cronbach alpha* dan *composite reliability*  $>0.7$  yang berarti bahwa konstruk variabel memiliki reliabilitas data yang baik. Nilai AVE  $>0.5$ , yang menunjukkan variabel yang digunakan memiliki *convergent validity* yang baik. Setelah dilakukan uji reliabilitas dan validitas, maka diperoleh hasil akhir outer model (model pengukuran), sebagai berikut:



**Gambar 4. 3**  
**Outer Model Akhir**

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

## 2. Inner Model (Model Struktural)

Inner model bertujuan untuk mengetahui hubungan kausalitas antar variabel laten yang dibuat berdasarkan literatur teori. Uji model structural pertama dimulai dengan mengukur R-square untuk konstruk dependen dan nilai koefisien path untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model structural. Model structural (inner model) dikalkulasikan pada proses bootstrapping menggunakan 6 jenis evaluasi antara lain: 1) R-square, 2) Q-

square, 3) F-square, 4) Model Fit Indeks (Goodness Of Fit), 5) Path Coefficient dan 6) Uji Total Efek. Berikut hasil inner model (structural model) yang dilakukan melalui proses, diperoleh hasil sebagai berikut:

**a. R-square**

R-square adalah ukuran proporsi variasi nilai variabel yang dipengaruhi (endogen) yang dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya (eksogen).

**Tabel 4. 32**  
**Hasil Uji R-square**

	R <sup>2</sup>
Teknologi Informasi(Z)	<b>0.269</b>
Perkembangan UMKM(Y)	<b>0.578</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Hasil R-square untuk Model Jalur I = 0,269. Artinya adalah kemampuan variabel Inovasi Produk (X1) dan Strategi Diversifikasi (X2) dalam menjelaskan Teknologi Informasi (Z) yakni sebesar 27% atau berada pada kategori lemah.

Hasil R-square untuk Model Jalur II = 0,578. Yang berarti kemampuan Inovasi Produk (X1) dan Strategi Diversifikasi (X2) melalui Teknologi Informasi (Z) dalam menjelaskan Perkembangan UMKM (Y) sebesar 58% atau berada pada kategori sedang.

**b. Q-square**

Nilai Q-square yang semakin tinggi menunjukkan bahwa model dapat dikatakan baik dan fit dengan data. Perhitungan nilai Q-square adalah sebagai berikut  $Q^2 = 1 - (1 - R^2) \times (1 - R^2) \dots$  dst.

Perhitungan nilai Q-square adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Q-square} &= 1 - (1 - R^2) \times (1 - R^2) \\
 &= 1 - (1 - 0.269) \times (1 - 0.578) \\
 &= 1 - (0.731) \times (0.422) \\
 &= 1 - 0,308 = 0,692 \\
 &= 69\%
 \end{aligned}$$

Hasil Q-square 69%, yang berarti ada pada kategori baik. Hasil ini menandakan besarnya keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model penelitian adalah sebesar 69%, maka dari itu model penelitian ini dapat dinyatakan memiliki *goodness of fit* yang baik.

### c. F-square

Uji F-square ini dilakukan untuk mengetahui kebaikan model. Nilai F-square digunakan untuk menilai dampak relative suatu variabel yang mempengaruhi terhadap variabel yang dipengaruhi. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil F-square sebagai berikut:

**Tabel 4. 33**  
**Hasil Uji F-square**

	Perkembangan UMKM(Y)	Teknologi Informasi(Z)
Inovasi Produk(X1)	0.012	0.049
Strategi Diversifikasi(X2)	0.458	0.039
Teknologi Informasi(Z)	0.111	

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1)  $X1 \rightarrow Y = 0.012$  (lemah)
- 2)  $X1 \rightarrow Z = 0.049$  (sedang)
- 3)  $X2 \rightarrow Y = 0.458$  (baik)
- 4)  $X2 \rightarrow Z = 0.039$  (sedang)
- 5)  $Z \rightarrow Y = 0.111$  (lemah)

Hasil pengujian F-square, menghasilkan Pengaruh Inovasi produk pada Perkembangan UMKM adalah 1,2%. Inovasi Produk pada Teknologi Informasi adalah 4,9%. Strategi Diversifikasi pada Perkembangan UMKM adalah 45,8%. Strategi Diversifikasi pada

Teknologi Informasi adalah 3,9%. Teknologi Informasi pada Perkembangan UMKM adalah 11,1%.

#### d. Model Fit Indeks

Uji fit indeks merupakan salah satu pengujian untuk menguji hipotesis penelitian. Apabila nilai SRMR  $\leq 0,10$  dan dikatakan *good fit* jika nilai SRMR  $< 0,08$  dan nilai ULS  $>0,2$ . Berikut hasil Model Fit Indeks yang diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 4. 34**  
**Hasil Uji Model Fit Indeks**

	Saturated Model	Estimated Model	Kriteria
SRMR	0.088	0.088	Good fit
d_ULS	1.463	1.463	Good fit

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Hasil model fit indeks dengan nilai SRMR memperoleh hasil sebesar 0.088 ( $0.088 < 0.08$ ) dan nilai d\_ULS 1.463 ( $1.463 > 0.2$ ) sehingga dapat dinyatakan bahwa data penelitian ini dinyatakan fit dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis penelitian.

#### e. Uji Hipotesis (Dirrect Effect)

*Path coefficient* (pengujian hipotesis) berguna untuk menguji pengaruh langsung suatu variabel yang mempengaruhi (independent) terhadap variabel yang dipengaruhi (dependen). Jika nilai koefisien jalur (path koefisien) adalah positif, maka pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen adalah searah. Artinya jika nilai variabel independent meningkat/naik, maka nilai variabel dependent juga meningkat/naik. Sedangkan jika nilai koefisien jalur (path koefisien) adalah negative, maka pengaruh independent terhadap variabel dependen adalah berlawanan arah. Artinya jika nilai suatu variabel independent meningkat/naik, maka nilai variabel dependen menurun. Nilai P-value  $< 0.05$ , maka signifikan. Nilai P-value  $> 0.05$ , maka tidak

signifikan. pengujian hipotesis yang diperoleh dari *path coefficient*, sebagai berikut:

**Tabel 4. 35**  
**Hasil Uji Hipotesis (Dirrect Effect)**

	<b>Pengaruh</b>	<b>Original sample</b>	<b>Pengaruh</b>	<b>P-value &lt;0.05</b>	<b>Hasil</b>
H1	Inovasi Produk(X1) →Perkembangan UMKM(Y)	-0.171	Negative	0.174	Tidak signifikan
H2	Inovasi Produk(X1) →Teknologi Informasi(Z)	0.353	Positif	0.012	Tidak signifikan
H3	Strategi Diversifikasi(X2) →Perkembangan UMKM(Y)	0.659	Positif	0.000	Signifikan
H4	Strategi Diversifikasi(X2) → Teknologi Informasi(Z)	0.276	Positif	0.050	Tidak signifikan
H5	Teknologi Informasi(Z) →Perkembangan UMKM(Y)	0.365	Positif	0.000	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Dari hasil hipotesis *path coefficient* diatas, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Hasil pengujian hipotesis pada pengaruh inovasi produk terhadap Perkembangan UMKM memperoleh koefisien jalur sebesar -0.171. hasil  $p\text{-value } 0.174 > 0.05$ , maka  $H_{01}$  diterima dan  $H_{a1}$  ditolak, sehingga dapat dinyatakan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap Perkembangan UMKM.
- 2) Hasil pengujian hipotesis pada pengaruh inovasi produk terhadap Teknologi informasi memperoleh koefisien jalur sebesar 0.353. hasil  $p\text{-value } 0.012 > 0.05$ , maka  $H_{02}$  diterima dan  $H_{a2}$  ditolak, sehingga dapat dinyatakan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Teknologi informasi.
- 3) Hasil pengujian hipotesis pada Strategi Diversifikasi produk terhadap perkembangan UMKM memperoleh koefisien jalur sebesar

0.659. hasil p-value  $0.000 < 0.05$ , maka  $H_03$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa Strategi Diversifikasi berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan UMKM.

- 4) Hasil pengujian hipotesis pada pengaruh strategi diversifikasi terhadap Teknologi informasi memperoleh koefisien jalur sebesar 0.276. hasil p-value  $0.050 > 0.05$ , maka  $H_04$  diterima dan  $H_{a4}$  ditolak, sehingga dapat dinyatakan bahwa strategi diversifikasi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Teknologi informasi.
- 5) Hasil pengujian hipotesis pada Teknologi Informasi produk terhadap Perkembangan UMKM memperoleh koefisien jalur sebesar 0.365. hasil p-value  $0.000 < 0.05$ , maka  $H_05$  ditolak dan  $H_{a5}$  diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa Teknologi Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap Perkembangan UMKM.

**f. Uji Total Efek (Indirect Effect)**

- 1) Jika nilai P-value  $< 0.05$ , maka signifikan (pengaruhnya adalah tidak langsung). Artinya variabel intervening “berperan” dalam mengantarai/memediasi hubungan suatu variabel independent terhadap suatu variabel dependen.
- 2) Jika nilai P-value  $> 0.05$ , maka tidak signifikan (pengaruhnya adalah langsung). Artinya variabel intervening “tidak berperan” dalam mengantarai/memediasi hubungan suatu variabel independent terhadap suatu variabel dependen.

**Tabel 4. 36**  
**Hasil Uji Total Efek (Indirect Effect)**

	Pengaruh	Original sample	Pengaruh	P-value $< 0.05$	Hasil
H6	Inovasi Produk(X1) → Teknologi Informasi(Z)→Perkembangan UMKM(Y)	0.129	Positif	0.031	Tidak signifikan
H7	Strategi Diversifikasi(X2)	0.101	Positif	0.089	Tidak signifikan

	→	Teknologi				
	Informasi(Z)→	Perkembangan				
	UMKM(Y)					

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Tidak Langsung  $X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$  adalah 0.129 (positif), dengan P-value  $0.031 > 0.05$  (Tidak Signifikan). Artinya variabel Teknologi Informasi “tidak berperan” dalam memediasi pengaruh inovasi produk terhadap perkembangan UMKM, maka dapat dikatakan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- 2) Pengaruh Tidak Langsung  $X2 \rightarrow Z \rightarrow Y$  adalah 0.101 (positif), dengan P-value  $0.089 > 0.05$  (Tidak Signifikan). Artinya variabel Teknologi Informasi “tidak berperan” dalam memediasi pengaruh Strategi Diversifikasi terhadap perkembangan UMKM, maka dapat dikatakan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### D. Pembahasan

Penelitian ini berjudul pengaruh inovasi produk dan strategi diversifikasi terhadap perkembangan UMKM di tanah datar dengan teknologi informasi sebagai variabel intervening. Responden dalam penelitian ini adalah 65 orang pelaku UMKM yang ada di Tanah Datar. Tujuan dari penelitian ini sudah dijelaskan pada latar belakang yang ada pada bab 1, dan untuk lebih mengetahui apakah tujuan dari penelitian ini tercapai atau tidak, maka perlu dilakukan beberapa Langkah. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh inovasi produk dan strategi diversifikasi terhadap perkembangan UMKM di tanah datar dengan teknologi informasi sebagai variabel intervening. Melalui hasil pengolahan data kusioner maka diperoleh sebanyak 57 pelaku usaha UMKM perempuan dan 8 orang laki-laki pelaku usaha UMKM. Usia didominasi umur 35-39 tahun, ini menunjukkan bahwa usia-usia produktif untuk bekerja.

### **1. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Perkembangan UMKM**

Berdasarkan pengujian hipotesis pada pengaruh inovasi produk terhadap Perkembangan UMKM memperoleh koefisien jalur sebesar -0.171. hasil p-value  $0.174 > 0.05$ , maka  $H_{01}$  diterima dan  $H_{a1}$  ditolak, sehingga dapat dinyatakan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap Perkembangan UMKM.

### **2. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Teknologi Informasi**

Hasil pengujian hipotesis pada pengaruh inovasi produk terhadap Teknologi informasi memperoleh koefisien jalur sebesar 0.353. hasil p-value  $0.012 > 0.05$ , maka  $H_{02}$  diterima dan  $H_{a2}$  ditolak, sehingga dapat dinyatakan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Teknologi informasi.

### **3. Pengaruh Strategi Diversifikasi Terhadap Perkembangan UMKM**

Merujuk pada hasil pengujian hipotesis Strategi Diversifikasi produk terhadap perkembangan UMKM memperoleh koefisien jalur sebesar 0.659. hasil p-value  $0.000 < 0.05$ , maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa Strategi Diversifikasi berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan UMKM.

Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Anil & Yigit (2011) dalam penelitiannya menyatakan bahwa strategi diversifikasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM untuk tipe related diversification namun berhubungan negatif dengan tipe unrelated diversification.

### **4. Pengaruh Strategi Diversifikasi Terhadap Teknologi Informasi**

Hasil pengujian hipotesis pada pengaruh strategi diversifikasi terhadap Teknologi informasi memperoleh koefisien jalur sebesar 0.276. hasil p-value  $0.050 > 0.05$ , maka  $H_{04}$  diterima dan  $H_{a4}$  ditolak, sehingga dapat dinyatakan bahwa strategi diversifikasi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Teknologi informasi.

## 5. Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan UMKM

Hasil pengujian hipotesis pada Teknologi Informasi produk terhadap Perkembangan UMKM memperoleh koefisien jalur sebesar 0.365. hasil p-value  $0.000 < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa Teknologi Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap Perkembangan UMKM. Variabel teknologi informasi bisa dijadikan parameter bagi pegiat UMKM sektor kuliner dalam upaya meningkatkan kinerja usahanya.

Hal ini sejalan dengan Hasil penelitian Purwantini dan Anisa (2018) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial (teknologi informasi) memberikan dampak keuntungan pada kinerja UKM, meliputi kinerja pelayanan pelanggan, pemasaran, operasi internal dan yang berujung pada kinerja penjualan. Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini penggunaan media sosial (teknologi informasi) berpengaruh signifikan pada kinerja penjualan. Hasil penelitian yang lain juga menunjukkan bahwa pemanfaatan system informasi e-commerce meningkatkan efisiensi produksi dan omzet penjualan UMKM Batik Marenggo Natural Dyes di Yogyakarta (Handayani dkk, 2019). Demikian pula penelitian Sidiq & Astutik (2017) membuktikan bahwa kapabilitas teknologi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis UKM di wilayah Solo Raya.

Kemudian juga diperkuat dengan 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.

Berbagai jenis teknologi informasi yang digunakan untuk menjalankan suatu usaha dapat menjadikan kinerja usaha menjadi lebih baik. Sejalan dengan data yang diperoleh dari penyebaran kusioner, dapat

disimpulkan bahwa jumlah perangkat teknologi informasi yang digunakan sangat berpengaruh dalam menumbuhkan tingkat kinerja bisnis. Semakin banyak aplikasi atau perangkat teknologi informasi yang digunakan oleh pemilik usaha maka aktivitas dalam usaha juga semakin praktis karena teknologi informasi memberikan banyak kelebihan seperti kemudahan, kecepatan, dan keakuratan data.

#### **6. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Perkembangan UMKM Melalui Teknologi Informasi**

Uji total efek (Indirect Effect) dilakukan untuk menguji hipotesis pengaruh tidak langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen) yang diantarai/dimediasi oleh suatu variabel intervening (variabel mediator).

Pengaruh Tidak Langsung  $X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$  adalah 0.129 (positif), dengan P-value  $0.031 > 0.05$  (Tidak Signifikan). Artinya variabel Teknologi Informasi “tidak berperan” dalam memediasi pengaruh inovasi produk terhadap perkembangan UMKM, maka dapat dikatakan  $H06$  diterima dan  $Ha6$  ditolak.

#### **7. Pengaruh Strategi Diversifikasi Terhadap Perkembangan UMKM Melalui Teknologi Informasi**

Berdasarkan uji total efek (indirect effect) yang dilakukan untuk menguji hipotesis pengaruh tidak langsung strategi diversifikasi terhadap perkembangan UMKM yang dimediasi oleh teknologi informasi dengan hasil yaitu Pengaruh Tidak Langsung  $X2 \rightarrow Z \rightarrow Y$  adalah 0.101 (positif), dengan P-value  $0.089 > 0.05$  (Tidak Signifikan). Artinya variabel Teknologi Informasi “tidak berperan” dalam memediasi pengaruh Strategi Diversifikasi terhadap perkembangan UMKM, maka dapat dikatakan  $H07$  diterima dan  $Ha7$  ditolak.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari pengolahan data penelitian yang telah dilakukan, maka dalam bab ini penulis dapat menarik beberapa kesimpulan mengenai penelitian “Pengaruh Inovasi Produk Dan Strategi Diversifikasi Terhadap Perkembangan UMKM Di Tanah Datar Dengan Teknologi Informasi Sebagai Variabel Intervening” adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis pada pengaruh inovasi produk terhadap Perkembangan UMKM memperoleh koefisien jalur sebesar -0.171. hasil p-value  $0.174 > 0.05$ , maka  $H_01$  diterima dan  $H_{a1}$  ditolak, sehingga dapat dinyatakan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap Perkembangan UMKM.
2. Hasil pengujian hipotesis pada pengaruh inovasi produk terhadap Teknologi informasi memperoleh koefisien jalur sebesar 0.353. hasil p-value  $0.012 > 0.05$ , maka  $H_02$  diterima dan  $H_{a2}$  ditolak, sehingga dapat dinyatakan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Teknologi informasi.
3. Merujuk pada hasil pengujian hipotesis Strategi Diversifikasi produk terhadap perkembangan UMKM memperoleh koefisien jalur sebesar 0.659. hasil p-value  $0.000 < 0.05$ , maka  $H_03$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa Strategi Diversifikasi berpengaruh positif signifikan terhadap perkembangan UMKM.
4. Hasil pengujian hipotesis pada pengaruh strategi diversifikasi terhadap Teknologi informasi memperoleh koefisien jalur sebesar 0.276. hasil p-value  $0.050 > 0.05$ , maka  $H_04$  diterima dan  $H_{a4}$  ditolak, sehingga dapat dinyatakan bahwa strategi diversifikasi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Teknologi informasi.

5. Hasil pengujian hipotesis pada Teknologi Informasi produk terhadap Perkembangan UMKM memperoleh koefisien jalur sebesar 0.365. hasil p-value  $0.000 < 0.05$ , maka  $H_05$  ditolak dan  $H_{a5}$  diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa Teknologi Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap Perkembangan UMKM. Variabel teknologi informasi bisa dijadikan parameter bagi pegiat UMKM sektor kuliner dalam upaya meningkatkan kinerja usahanya.
6. Uji total efek (Indirect Effect) dilakukan untuk menguji hipotesis pengaruh tidak langsung suatu variabel yang mempengaruhi (independent) terhadap variabel yang dipengaruhi (dependen) yang diantarai/dimediasi oleh suatu variabel intervening (variabel mediator). Pengaruh Tidak Langsung  $X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$  adalah 0.129 (positif), dengan P-value  $0.031 > 0.05$  (Tidak Signifikan). Artinya variabel Teknologi Informasi “tidak berperan” dalam memediasi pengaruh inovasi produk terhadap perkembangan UMKM, maka dapat dikatakan  $H_06$  diterima dan  $H_{a6}$  ditolak.
7. Berdasarkan uji total efek (indirect effect) yang dilakukan untuk menguji hipotesis pengaruh tidak langsung strategi diversifikasi terhadap perkembangan UMKM yang dimediasi oleh teknologi informasi dengan hasil yaitu Pengaruh Tidak Langsung  $X2 \rightarrow Z \rightarrow Y$  adalah 0.101 (positif), dengan P-value  $0.089 > 0.05$  (Tidak Signifikan). Artinya variabel Teknologi Informasi “tidak berperan” dalam memediasi pengaruh Strategi Diversifikasi terhadap perkembangan UMKM, maka dapat dikatakan  $H_07$  diterima dan  $H_{a7}$  ditolak.

## **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 pemilik 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. Bagi UMKM di Tanah Datar diharapkan lebih memperhatikan tentang keterlihatan (*observability*) pada inovasi produk, karena keterlihatan dan kemudahan komunikasi mencerminkan tingkat di mana hasil dari pemakaian produk baru terlihat oleh pelanggan.
3. Bagi Diskoperindag, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Tanah Datar diharapkan lebih memperhatikan tentang penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi yang mana mungkin selama ini keterbatasan akan teknologi informasi pada UMKM yang ada di Tanah Datar dan juga mungkin perlu diadakan sosialisasi mengenai pemanfaatan TI agar perkembangan usaha melalui aplikasi online dapat efektif dan efisien.
4. Bagi para UMKM di Kabupaten Tanah Datar bahwa dalam pengembangan suatu usaha dilakukan inovasi dari segi produk atau kemasan. inovasi produk tidak hanya tentang menciptakan atau mengembangkan sesuatu produk yang baru namun bisa saja tentang mengambil produk yang sudah ada dan membuatnya menjadi jauh lebih baik dan menarik.
5. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengumpulkan data dalam penelitian dengan menggunakan penggabungan instrument lain selain kuesioner, seperti wawancara mendalam dengan responden sehingga dapat diperoleh informasi dan gambaran variabel-variabel dan hubungannya dengan lebih jelas.
6. Peneliti selanjutnya bisa menambah variabel selain inovasi produk, strategi diversifikasi dan teknologi informasi yang dapat meningkatkan perkembangan UMKM, karena perkembangan yang tinggi akan memberikan pengaruh yang baik untuk UMKM agar semakin eksis.
7. Bagi akademis semoga dapat dijadikan bahan referensi atau kepustakaan untuk mereka yang membutuhkan informasi dalam bidang usaha

khususnya yakni tentang inovasi produk, strategi diversifikasi, teknologi dan perkembangan UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Audinovic, V. (2021). Strategi Bertahan Bisnis Kue Kering Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pendekatan Komunikasi Pemasaran Terpadu. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 129. <https://doi.org/10.33021/exp.v4i2.1592>
- Avriyanti, S. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada UMKM Bidang Kuliner Di Kabupaten Tabalong). *PubBis: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 6(1), 61–73. <https://doi.org/10.35722/pubbis.v6i1.582>
- DATAR, B. K. T. (Ed.). (2022). *Statistik Daerah Kabupaten Tanah Datar 2022*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Tanah Datar.
- Dewi, I. S., & Sihombing, I. . (2019). *Kewirausahaan dan Manajemen Strategis UKM Pedesaan*. Deepublish.
- Fauzani, E. (2021). Strategi Pemasaran dan Diversifikasi Produk Terhadap Volume Penjualan Buah Nanas (Studi Kasus pada Petani UMKM di Desa Tangkit Baru Kabupaten Muaro Jambi Provinsi Jambi). *Jurnal Citra Ekonomi*, 2(1), 100–111.
- Fufung Alfulailah, T. D. S. (2020). Pengaruh Inovasi, Teknologi Informasi, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha. *Akademika*, 9(2), 161–176. <https://doi.org/10.34005/akademika.v9i02.914>
- Hermawan, L. (2015). Dilema Diversifikasi Produk: Meningkatkan Pendapatan Atau Menimbulkan Kanibalisme Produk? *Competence: Journal of Management Studies*, 9(2), 39–45.
- HK, S. H. sukesi. (2019). *Manajemen UMKM dan Koperasi*. IKPI press.
- Moch Hari Purwiantoro, Dany Fajar Kristanto, SW., W. H. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal EKA CIDA*, 1(1), 30–39.
- 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.
- Prabasiwi, N. A. (2018). *Pengaruh Teknologi Informasi Dan Strategi Diversifikasi Terhadap Kinerja Umkm Kota Magelang Dengan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen Sebagai Variabel Intervening*. 1–141.

- Rakhmawati, R. Dela. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk dan Teknologi Informasi terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus UMKM Sektor Kuliner di Kabupaten Purbalingga)*. 1–95.
- Rini Hasanah, Khuzaini, S. (2021). Pengaruh Inovasi Dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Umkm Pakaian Sasirangan Di Kota Banjarmasin. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 10(2), 35.
- Shofwan Khamidi, Achmad Fauzi DH, I. S. (n.d.). Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada Perusahaan Konveksi “Faiza Bordir” Bangil– Pasuruan). *Jurnal Administrasi Binsis*, 2013(25–38).
- Studi, P., Komunikasi, I., Komunikasi, J., Dakwah, F., Komunikasi, D. A. N., Islam, U., Sunan, N., & Surabaya, A. (2015). *Skripsi Oleh : Skripsi Oleh :*
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Veronica Y. Wusan, S.L.V.H Joyce Lapian, M. M. K. (2021). Perkembangan Umkm Di Kecamatan Kauditan Pada Masa Pandemic Covid-19 The Infulence Of Product Innovation And Digital Marketing On The Development Of Msmes In The Kauditan District During The Covid-19 Pandemic. *Jurnal EMBA*, 10(4), 759–769.
- Wibowo, I. (2020). *Pentingnya UMKM Diversifikasi Produk*. <https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/YNLGW3yK-Pentingnya-Umkm-Diversifikasi-Produk>.
- Wiratmo, M. (2001). *Pengantar Kewirausahaan Kerangka Dasar Memasuki Dunia Bisnis*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Yuliana, R., & Aziz, P. F. (2022). Strategi Diversifikasi Produk Buku Fiksi Sebagai Pengembangan Karya Tugas Akhir Penerbitan. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(3), 254–269. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v1i3.1093>
- Yuliantoko. (2021). *Perkembangan Usaha ( Studi Empiris Umkm Di Kecamatan Kaliangkrik Dan Bandongan ) Skripsi*. 1–57.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga

Hubeis, dkk. 2012. Komunikasi Profesional Perangkat Pengembangan Diri.  
Bogor: IPB Press

## LAMPIRAN

### Kusioner Penelitian

Dalam satu nomor tidak dibenarkan mengisi check list (  $\surd$  ) lebih dari satu

#### Identitas Responden

1. No Responden :

2. Jenis Kelamin :  laki-laki  perempuan

3. Usia  <25 tahun  >35-39  
 < 25-29  >39  
 <30-34

4. Pendidikan Terakhir :

- Sekolah Dasar(SD)
- Sekolah Menengah Pertama (SMP)
- Sekolah Menengah Atas (SMA)
- Diploma 3 (D3)
- Sarjana (SI)
- Pasca Sarjana (S2)
- lainnya

#### Petunjuk Pengisian Kuesioner

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

- Sangat Tidak Setuju (STS) : 1
- Tidak Setuju (TS) : 2
- Kurang Setuju (KS) : 3
- Setuju (S) : 4
- Sangat Setuju (SS) : 5

## Daftar pertanyaan

### Inovasi Produk

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1	Perusahaan membuat kemasan baru yang unik agar berbeda dari pesaing					
2	Perusahaan berusaha membuat dan memperkenalkan produk baru kepada konsumen					
3	Perusahaan mencoba proses produk dengan cara baru					
4	Perusahaan berusaha membuat berbagai jenis variasi rasa produk					
5	Perusahaan melakukan perubahan harga sesuai dengan harga pasar					
6	Harga disesuaikan berdasarkan ukuran, bentuk dan pesanan					
7	Perusahaan berusaha menghadirkan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen					

.

### Strategi Diversifikasi

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1	Apakah produk-produk kue kering yang ditawarkan memiliki bentuk kemasan yang bervariasi? *(contoh ukuran 1kg,3kg,5kg)					
2	Setiap ukuran kemasan kue kering sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan					
3	Kemasan yang dimiliki memiliki ciri khas yang beda dan menarik					
4	UMKM memiliki berbagai jenis kue kering yang dapat dijadikan oleh-oleh khas					
5	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk					
6	Apakah produk kue kering yang ditawarkan memiliki kisaran harga terjangkau					
7	Kualitas kemasan produk memiliki kualitas yang bagus					

### Teknologi Informasi

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1	Saya telah menerapkan teknologi informasi dalam bentuk whastapp untuk transaksi pemesanan					
2	Teknologi informasi yang saya gunakan dapat membantu pekerjaan dalam memperoleh informasi					
3	Saya dapat dengan mudah berkomunikasi dalam melakukan transaksi dengan menggunakan teknologi informasi					
4	Teknologi dapat membantu saya untuk menyimpan data atau informasi yang saya miliki.					
5	Teknologi informasi dapat membantu mengembangkan usaha dengan memanfaatkan media sosial					
6	Saya tidak dapat mengembangkan teknologi informasi yang telah ada					
7	Saya tidak dapat menerapkan teknologi informasi dalam usaha secara maksimal					

*Sumber : pengolahan data sekunder tahun, 2023*

### Perkembangan UMKM

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1	Setiap bulannya usaha saya mengalami peningkatan penjualan					
2	Setiap bulannya usaha saya mengalami peningkatan modal					
3	Setiap bulannya daerah pemasaran usaha saya semakin luas dengan penggunaan internet					
4	Setiap bulannya keuntungan atau laba yang saya peroleh dari hasil penjualan kadangkala mengalami penurunan					
5	Pengelolaan modal usaha yang baik mampu meningkatkan jumlah penjualan dan laba penjualan pada usaha saya setiap bulannya					

*Sumber : pengolahan data sekunder tahun, 2023*

## Dokumentasi Pengisian Kusioner







Hasil uji convergent validity

Outer loadings - Matrix				
	Inovasi Produk(X1)	Perkembangan UMKM(Y)	Strategi Diversifikasi(X2)	Teknologi Informasi(Z)
X1.1	0.881			
X1.2	0.883			
X1.3	0.806			
X1.4	0.798			
X1.7	0.796			
X2.1			0.808	
X2.2			0.882	
X2.3			0.827	
X2.4			0.770	
X2.7			0.707	
Y1		0.855		
Y2		0.913		
Y3		0.874		
Y4		0.842		
Y5		0.834		
Z.4				0.692
Z.5				0.858
Z.6				0.902
Z.7				0.855

## Hasil Uji Deskriminat validity

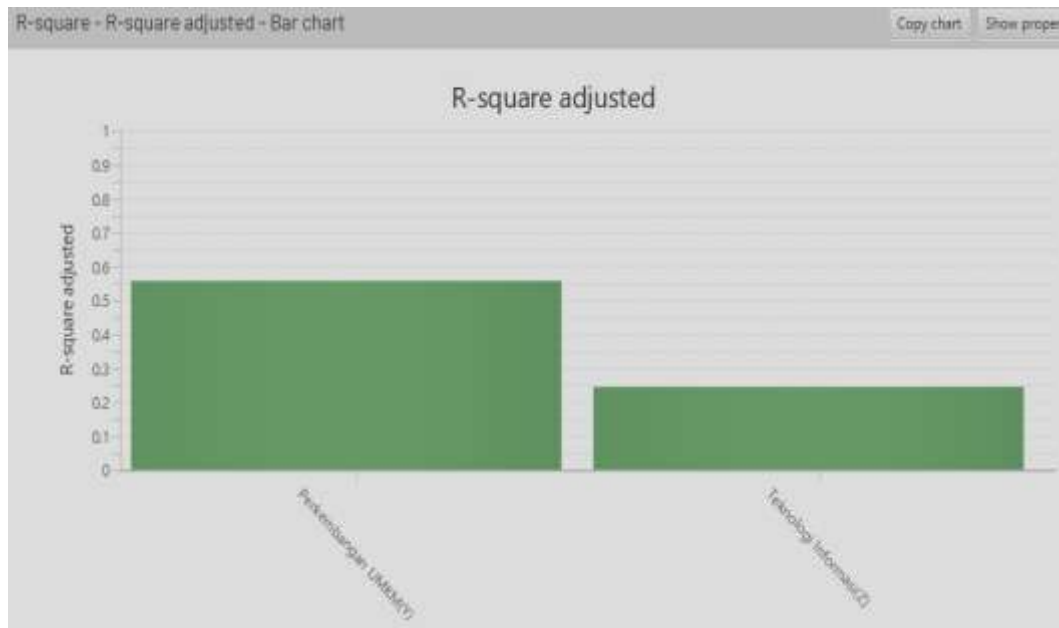
Discriminant validity - Cross loadings				
	Inovasi Produk(X1)	Strategi Diversifikasi(X2)	Teknologi Informasi(Z)	Perkembangan UMKM(Y)
X1.1	0.881	0.717	0.463	0.609
X1.2	0.863	0.613	0.393	0.420
X1.3	0.806	0.670	0.384	0.459
X1.4	0.798	0.606	0.372	0.354
X1.7	0.756	0.487	0.391	0.301
X2.1	0.519	0.808	0.445	0.606
X2.2	0.653	0.882	0.497	0.633
X2.3	0.547	0.827	0.367	0.667
X2.4	0.766	0.770	0.273	0.501
X2.7	0.623	0.707	0.309	0.481
Y1	0.393	0.545	0.483	0.855
Y2	0.421	0.652	0.436	0.913
Y3	0.433	0.689	0.469	0.874
Y4	0.503	0.582	0.483	0.842
Y5	0.579	0.664	0.433	0.834
Z.4	0.540	0.443	0.892	0.405
Z.5	0.333	0.447	0.858	0.509
Z.6	0.514	0.423	0.902	0.444
Z.7	0.331	0.383	0.865	0.517

## Hasil Uji Reliabilitas

Construct reliability and validity - Overview				
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Inovasi Produk(X1)	0.880	0.901	0.912	0.676
Perkembangan UMKM(Y)	0.915	0.918	0.936	0.746
Strategi Diversifikasi(X2)	0.859	0.874	0.899	0.642
Teknologi Informasi(Z)	0.902	0.903	0.932	0.774

## Hasil Uji R Square

R-square - Overview		
	R-square	R-square adjusted
Perkembangan UMKM(Y)	0.578	0.558
Teknologi Informasi(Z)	0.269	0.245



### Hasil Uji F Square

f-square - Matrix

	Inovasi Produk(X1)	Perkembangan UMKM(Y)	Strategi Divrsifikasi(X2)	Teknologi Informasi(Z)
Inovasi Produk(X1)		0.012		0.049
Perkembangan UMKM(Y)				
Strategi Divrsifikasi(X2)		0.458		0.039
Teknologi Informasi(Z)		0.111		

### Hasil Uji Model Fit Indeks

Model fit

	Saturated model	Estimate d model
SRMR	0.088	0.088
d_ULS	1.463	1.463
d_G	1.474	1.474
Chi-square	406.984	406.984
NFI	0.654	0.654

### Hasil Uji Hipotesis (direct effect)

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values					
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O /STDEV)	P values
Inovasi Produk(X1) → Perkembangan UMKM(Y)	-0.171	-0.168	0.126	1.360	0.174
Inovasi Produk(X1) → Teknologi Informasi(Z)	0.353	0.353	0.140	2.514	0.012
Strategi Diversifikasi(X2) → Perkembangan UMKM(Y)	0.659	0.659	0.095	6.913	0.000
Strategi Diversifikasi(X2) → Teknologi Informasi(Z)	0.276	0.278	0.140	1.963	0.050
Teknologi Informasi(Z) → Perkembangan UMKM(Y)	0.365	0.361	0.095	3.849	0.000

### Hasil Uji Total Efek (indirect effect)

Specific indirect effects - Mean, STDEV, T values, p values					
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O /STDEV)	P values
Inovasi Produk(X1) → Teknologi Informasi(Z) → Perkembangan UMKM(Y)	0.128	0.126	0.060	2.153	0.031
Strategi Diversifikasi(X2) → Teknologi Informasi(Z) → Perkembangan UMKM(Y)	0.101	0.100	0.059	1.699	0.089