

**PENGARUH *E-COMMERCE* DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA UMKM
(Studi pada UMKM di Kabupaten Bantul)**

***THE EFFECT OF E-COMMERCE AND PRODUCT INNOVATION ON
COMPETITIVE ADVANTAGES AND PERFORMANCE OF SMEs
(Study on SMEs in Bantul Regency)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

GUMELAR NANGGALI

20180410483

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Gumelar Nanggali

NIM : 20180410483

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul:

“PENGARUH *E-COMMERCE* DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA UMKM” tidak ada karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana disuatu Perguruan Tinggi, dan dari yang saya tahu tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam karya ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila jika dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, Oktober 2023



Gumelar Nanggali

PERSEMBAHAN

Karya tulis skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta serta keluarga yang selalu mendo'akan, mendukung, memotivasi, dan sangat berjasa didalam hidup penulis.
2. Terima kasih kepada teman-temanku, Faizal, Harfi, Jaib, Raghody, Qistian, Sultan, Rohim, Zahra dan Lisa yang telah menemani dan senantiasa memberikan motivasi untuk menjadi lebih baik.
3. Seluruh keluarga besar akademisi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah menjadi rumah kedua bagi penulis.
4. Semua pihak yang sudah memberi bantuan, dukungan, kemudahan dan semangat saat proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik Manusia Adalah Yang Bermanfaat Bagi Orang Lain”

(HR. Ahmad)

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.”

(QS. Al-Baqarah: 216)

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya.”

(Ali bin Abi Thalib)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *E-commerce* dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja UMKM ”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil tema ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi instansi terkait dalam penggunaan strategi untuk mengembangkan usaha dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
3. Ibu Dr. Siti Dyah handayani, S.E, M.M.yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

Sebagai kata akhir, tiada manusia yang luput dari kesalahan, penulis menyadari masih banyak kekurangan di dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk penelitian karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, November 2023



Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO	v
INTISARI.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
B. Hasil Penelitian Terdahulu	14
C. Pengembangan Hipotesis Penelitian	19
D. Model Penelitian.....	23
BAB III	24
METODE PENELITIAN	24
A. Objek dan Subjek Penelitian	24
B. Jenis Data	24
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	25
D. Teknik Pengumpulan data	27

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	28
F. Uji Kualitas Instrumen	30
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	31
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
B. Gambaran Umum Subjek Penelitian	39
C. Uji Kualitas Instrmen	45
D. Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis.....	48
E. Pembahasan	65
BAB V	68
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	68
A. Simpulan.....	68
B. Keterbatasan Penelitian	69
C. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Alasan UMKM menutup usaha	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Skala Likert.....	28
Tabel 3.2 Indikator Variabel Independen	28
Tabel 3.3 Indikator Variabel Dependen.....	29
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia Responden.....	41
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Membuka Usaha	41
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	42
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Lokasi Usaha.....	43
Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	43
Tabel 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan E-commerce	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas.....	47
Tabel 4.10 Kategori Mean Dari Skor Interval	48
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel E-commerce.....	49
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Inovasi Produk.....	49
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Variabel Keunggulan Bersaing	50
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif Variabel Kinerja Usaha	50
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Outliers	55
Tabel 4.17 Identifikasi Model Struktural.....	58
Tabel 4.18 Identifikasi Model Struktural.....	59
Tabel 4.19 Hubungan antar variabel.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	23
Gambar 4.1 Model penelitian	52
Gambar 4.1 Model Struktural	53
Gambar 4.3 Nilai Batas Mahalonobis distance.....	55