

**PENGARUH INOVASI, TEKNOLOGI DAN DAYA SAING
TERHADAP PENDAPATAN PELAKU UMKM DI
LAPANGAN PANCASILA KOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh :

SARMILA
21 0401 0036

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2025

**PENGARUH INOVASI, TEKNOLOGI DAN DAYA SAING
TERHADAP PENDAPATAN PELAKU UMKM DI
LAPANGAN PANCASILA KOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh:

SARMILA
21 0401 0036

Pembimbing:

Zainuddin S, S.E., M.Ak.

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2025

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sarmila
NIM : 2104010036
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi/tesis ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi/tesis ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palo, 28 Mei 2025

Yang membuat pernyataan,




Sarmila

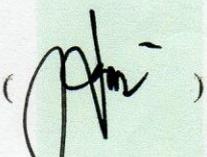
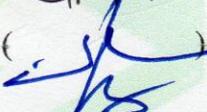
NIM. 2104010036

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Inovasi, Teknologi, dan Daya Saing terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo yang ditulis oleh Sarmila Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2104010036, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, 20 Mei 2025 Miladiyah bertepatan dengan 22 Dzulqaidah 1446 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

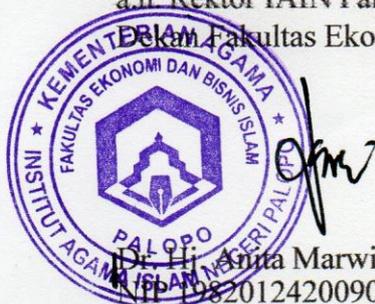
Palopo, 4 Juni 2025

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I, M.H. I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Ilham, S.Ag., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A. | Penguji I | () |
| 4. Suci, S.E., M.Ak. | Penguji II | () |
| 5. Zainuddin S, S.E., M.Ak. | Pembimbing | () |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 198201242009012006

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah



Dr. Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I.
NIP 198907152019081001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

حَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْمُرْسَلِينَ وَعَلَى

آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَا بَعْدُ

Puji Syukur penulis junjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Inovasi, Teknologi dan Daya Saing Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo” setelah melalui proses yang panjang.

Salawat dan salam kepada Nabi Muhammad ﷺ kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi dalam bidang ekonomi syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan, serta dorongan dari banyak pihak meskipun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati.

Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua terhebat saya Bapak Sukardi dan Ibu Isda yang telah mendidik penulis dengan penuh kasih sayang, cinta dan dukungan serta tak henti-hentinya mendoakan untuk kebaikan penulis. Terima kasih atas setiap tetes keringat dalam

setiap langkah pengorbanan dan kerja keras yang dilakukan untuk memberikan yang terbaik sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjan.

Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, S.Ag., M.Ag selaku Rektor IAIN Palopo; Dr. Munir Yusuf, M.Pd selaku Wakil Rektor Bagian Akademik dan Pengembangan; Dr. Masruddin, S.S., M. Hum. Selaku Wakil Rektor Bagian Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan; serta Dr. Takdir, S.H., M.Kes. selaku Wakil Rektor Bagian Kemahasiswaan dan Kerjasama yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo,; Ilham, S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bagian Akademik; Dr. Alia Lestari, S.Si., M.Si. selaku Wakil Dekan Bagian Adminitrasi Umum; serta Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bagian Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Bapak Muhammad Alwi, S.Sy., M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan ibu Hardianti Yusuf, S.E.Sy., M.E. selaku Sekertaris Program Studi Ekonomi Syariah, beserta jajaran staf yang telah memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

4. Dosen pembimbing, Bapak Zainuddin S, S.E., M.Ak. yang telah bersedia dan sabar dalam memberikan bimbingan, arahan, serta masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Penguji I, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A. dan Penguji II Suci, S.E., M.Ak. yang telah memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen Penasehat Akademik, DR. Mujahidin, LC., M.E.I. yang selalu bersedia menerima peneliti untuk berkonsultasi.
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik dan membantu penulis selama berada di IAIN Palopo.
8. Kepada cinta kasih keempat saudara kandung saya, Sartika, Sarkia, Saputra dan Zaki. Terima kasih atas segala doa, usaha dan support yang telah diberikan kepada saya dalam proses pembuatan skripsi ini.
9. Terkhusus kepada saudara Rahmat Ramadhan Amir terima kasih telah banyak membantu baik tenaga, waktu maupun materi kepada penulis dari awal penyusunan skripsi ini sampai dengan selesai.
10. Teruntuk Desy Marsyha Andini sahabat seperjuangan saya yang telah banyak membantu dan menemani setiap proses penulisan tugas akhir ini. Terima kasih telah menjadi partner terbaik dalam proses penulisan tugas akhir ini. Terima kasih sekali lagi atas segala waktu yang telah diluangkan untuk menemani setiap langkah penulis.
11. Kepada Hatira, Almira, Yeni Rahmasari, Citra Lestari, Niswa Muafiah Ahmad, Jenni Anthon, Annisa Nurfadhilah, Irhamdani, Aldyansyah, dan

Asmira, yang selalu memberikan semangat kepada penulis serta menjadi partner jalan-jalan untuk melepas beban selama proses penulisan skripsi ini.

12. Kepada Putri Purnamasari Nurul Hikmah Anton dan Abd Rahman selaku sahabat saya selama masa KKN terima kasih selalu menjadi tempat berkeluh kesah penulis dan terima kasih karena selalu ada untuk menemani penulis.
13. Kepada Natasya Sabila, Hijra Ulfa, dan Yuyu Mulyawati selaku sahabat dari zaman SMA sampai dengan sekarang terima kasih karena selalu ada untuk penulis dan selalu memberikan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
14. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah B 2021, dan Angkatan 62 PMII IAIN Palopo yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga setiap bantuan doa, dukungan dan motivasi yang telah diberikan kepada peneliti mendapat pahala yang setimpal dari Allah SWT. Peneliti menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh darikata sempurna. Oleh karena itu, diharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi setiap pembaca.

Palopo, 28 Mei 2025

Sarmila



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	<i>fathah</i>	a	A
ِ	<i>kasrah</i>	i	I
ُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِيْ	<i>fathah dan ya'</i>	ai	a dan i
اُوْ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

حَوْلَ : *hauला*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ...اِ	<i>fathah dan alif</i> atau <i>ya'</i>	a	a dan garis di atas

...ى	<i>kasrah dan ya'</i>	i	i dan garis di atas
..و	<i>dammah dan wau</i>	u	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ: *qala*

رَمَى: *rama*

قِيلَ: *qila*

يَقُولُ: *yaqulu*

4. Ta' marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua, yaitu: *ta' marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t], sedangkan *ta' marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata berakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-at fal*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-madinah al-munawarah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ـ), dalam transliterasinya ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbana*

نَجَّيْنَا : *najjaina*

الْحَقِّ : *al-haqq*

نُعْمٌ : *nu'ima*

عُدُوٌّ : *'aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ـِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *i*.

Contoh:

عَلِيٌّ : *ali* (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'rifah* (ال). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, naik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

السَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah (al-zalزالah)*

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-biladu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah atau akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'muruna*

النَّوْءُ : *al-nau*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'an*), alhamdulillah dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasikan secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba 'in al-Nawawi

9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jar* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudah ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dinullah* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta' marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fi rahmatillah*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf kapital (Al-), ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa ma Muhammadun illa rasul

Inna awwala baitin wudi'a linnasi lallazi bi Bakkata mubarakan

Syahru Ramadan al-lazi unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusi

Nasr Hamid Abu Zayd

Al-Tufi

Al-Maslahah fi al-Tasyri' al-Islami

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama terakhir sebagai nama akhir dalam daftar Pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abu al-Walid Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu al-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abu al-Walid Muhammad Ibnu)
Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

Swt. = *subhanahu wa ta'ala*

Saw. = *sallallahu 'alaihi wa sallam*

TAM = *Technology Acceptance Model*

UMKM = Usaha Mikro Kecil, dan Menengah

SPSS = *Statistical Package for the Social Sciences*

KBBI = Kamus Besar Bahasa Indonesia

X = Variabel independent

Y = Variabel dependent

H1 = Hipotesis satu

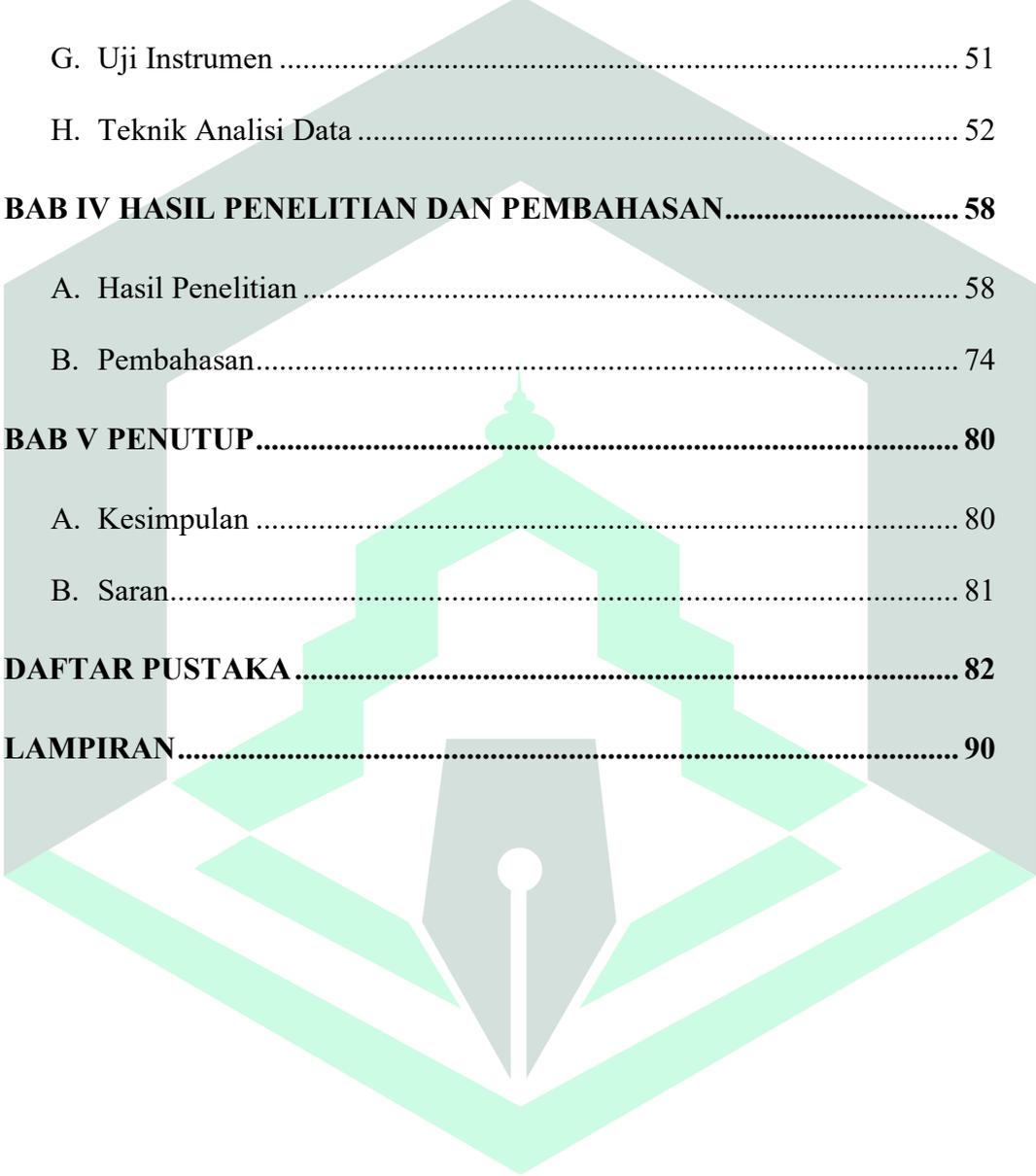
H0 = Hipotesis nol

N = Jumlah responden



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	ix
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR AYAT	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAK	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	10
B. Landasan Teori.....	14
C. Kerangka Pikir	44
D. Hipotesis Penelitian.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Jenis Penelitian.....	47
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	47



C. Definisi Operasional Variabel.....	45
D. Populasi dan Sampel	49
E. Teknik Pengumpulan Data.....	50
F. Instrumen Penelitian.....	50
G. Uji Instrumen	51
H. Teknik Analisi Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Hasil Penelitian	58
B. Pembahasan.....	74
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 190 QS. Ali-Imran.....	22
Kutipan Ayat 25 QS. Al-Hadid.....	26
Kutipan Ayat 145 QS. Al-Baqarah	39



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laporan Data UMKM Kota Palopo, Per Tahun 2022-2023	4
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	47
Tabel 3.2 Pedoman Penskoran	51
Tabel 4.1 Jumlah UMKM Lapangan Pancasila	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha.....	61
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	62
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perhari.....	63
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Teknologi Digunakan.....	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas Inovasi	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas Teknologi.....	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas Daya Saing.....	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Glejser.....	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	70
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	72
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji t)	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian..... 45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2 Tabulasi Data	95
Lampiran 3 Hasil Uji Deskriptif Karakteristik Responden.....	97
Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data SPSS.....	99
Lampiran 5 Tabel Uji T.....	105
Lampiran 6 Tabel Uji F.....	106
Lampiran 7 R Tabel.....	109
Lampiran 8 Surat Izin Penelitian.....	110



ABSTRAK

Sarmila, 2025. *Pengaruh Inovasi, Teknologi dan Daya Saing Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo.* Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Zainuddin S, S.E., M.Ak.

Penelitian ini membahas terkait *pengaruh inovasi, teknologi dan daya saing terhadap pendapatan pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo.* Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah inovasi, teknologi, dan daya saing dapat mempengaruhi pendapatan pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan regresi linear berganda. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh dengan 200 pelaku UMKM di Lapangan Pancasila sebagai sampel. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala likert 4 poin, kemudian diolah menggunakan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi, teknologi dan daya saing secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo, dan secara simultan inovasi, teknologi dan daya saing berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo.

Kata Kunci: *Inovasi, Teknologi, Daya Saing, Pendapatan Pelaku UMKM*

ABSTRACT

Sarmila, 2025. *The Effect of Innovation, Technology and Competitiveness on the Income of Micro, Small and Medium Enterprises in Pancasila Square, Palopo City.* Thesis Sharia Economics Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Zainuddin S, S.E., M.Ak.

This study discusses *the effect of innovation, technology and competitiveness on the income of Micro, Small and Medium Enterprises in Pancasila Square, Palopo City.* This study aims to determine whether innovation, technology, and competitiveness can affect the income of Micro, Small and Medium Enterprises in Pancasila Square, Palopo City. This type of research uses quantitative research with multiple linear regression. The sampling technique used saturated sampling technique with 200 Micro, Small and Medium Enterprises in Pancasila Square as samples. The results showed that innovation, technology and competitiveness partially had a significant effect on the income of Micro, Small and Medium Enterprises in Pancasila Square, Palopo City, and simultaneously innovation, technology and competitiveness had a significant effect on the income of Micro, Small and Medium Enterprises in Pancasila Square, Palopo City.

Keywords: *Innovation, Technology, Competitiveness, Income of Small and Medium Micro Business Actors.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, Menengah mempunyai peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional perhatian pada pengembangan sektor UMKM memberikan makna tersendiri bagi usaha menekan angka kemiskinan suatu Negara. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja.

Usaha Mikro Kecil Menengah berkontribusi sangat pesat terhadap pertumbuhan perekonomian di Indonesia melalui penciptaan lapangan kerja, pengembangan industri dan peningkatan pendapatan masyarakat. Meningkatnya peran Usaha Mikro Kecil Menengah, maka akan terjadi pula peningkatan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.¹

¹ Roni Yunus Pangaribun Vikto Kurniawan, Muhammad Faisal, Reza Ansori, "Pengaruh UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Terhadap Peningkatan Perekonomian Indonesia Tahun 2024," *Ekonomi Manajemen* 9, no. 4 (2023): 1–9.

Ketika krisis ekonomi menerpa dunia otomatis memperburuk kondisi ekonomi di Indonesia. Kondisi krisis terjadi periode tahun 1997 hingga 1998, hanya sektor UMKM yang mampu tetap berdiri kokoh. Fenomena ini menjelaskan bahwa UMKM merupakan usaha yang produktif untuk dikembangkan untuk mendukung perkembangan ekonomi secara makro dan mikro di Indonesia dan mempengaruhi sektor-sektor yang lain bisa berkembang. UMKM memiliki posisi penting, tidak hanya dalam penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat daerah, tetapi dalam banyak hal menjadi perekat dan menstabilkan masalah kesenjangan sosial. Pertumbuhan rata-rata mencapai 53,28% terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) dan 96,18% terhadap penyerapan tenaga kerja selama sepuluh tahun terakhir.²

Menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bab 1 Pasal 1: Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha Kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha bukan merupakan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian

² Sitaman Said and Azhar, "Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh) Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Kelurahan Mande Kecamatan Mpunda Kota Bima," *Jurnal PenKomi : Kajian Pendidikan Dan Ekonomi* 4, no. 1 (2023): 29–41, <https://doi.org/10.33627/pk.v4i1.439>.

baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.³

Wisata kuliner adalah bidang usaha kategori UMKM yang berbasis ekonomi kerakyatan yang memiliki peranan yang sangat menunjang dalam pembangunan ekonomi. Sektor wisata kuliner setempat adalah salah satu sumber penghasilan masyarakat yang sangat baik dalam menunjang ekonomi keluarga. Di Kota Palopo terdapat sebuah kawasan kuliner yang cukup dikenal oleh masyarakat setempat yang dikenal dengan Lapangan Pancasila, yang dijadikan sebagai tempat nongkrong sekaligus menyantap makanan dan minuman dengan berbagai menu pilihan.

Penelitian Sitaman S. & Azhar (2021) menyebutkan “bahwa status ekonomi merupakan derajat keluarga atau seseorang di lingkungan masyarakat berdasarkan status ekonomi maupun pendapatan perbulan”.⁴ Keberadaan UMKM di Kota Palopo sangat mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat setempat. Dengan adanya (UMKM) yang ditekuninya dapat menghasilkan penghasilan tambahan bagi masyarakat sebagai pelaku UMKM, sehingga hal ini menandakan betapa pentingnya aktifitas kegiatan ini dalam membantu perekonomian masyarakat. Usaha mikro kecil dan menengah di Kota Palopo terus tumbuh secara

³ Nur Rahmah Sumartan, Wahyuddin, “Peranan Bisnis Makanan Dan Minuman Berbasis HomeIndustry Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Pelaku UMKM Di Kawasan Kuliner Monumen Ganggawa Kabupaten Sidenreng Rappang,” *Trending: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen* 1, no. 4 (2023): 15–32, <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Trending/article/view/1434>.

⁴ Said and Azhar, “Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Kelurahan Mande Kecamatan Mpunda Kota Bima.”

pesat dan signifikan. Perkembangan UMKM menurut data BPS (2023) dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini :

Tabel 1.1 Laporan Data Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Kota Palopo, Per Tahun 2022 – 2024

No.	Kecamatan	Tahun 2022	Tahun 2023	Tahun 2024
1	Wara Selatan	1.085	1.115	1.128
2	Sendana	415	386	386
3	Wara	2.650	3.406	3.455
4	Wara Timur	3.134	3.117	3.118
5	Mungkajang	428	432	432
6	Wara Utara	1.931	1.870	1.870
7	Bara	2.400	2.446	2.447
8	Telluwanua	1.268	1.234	1.235
9	Wara Barat	743	798	799
TOTAL		14.054	14.804	14.870

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palopo

Dari Tabel 1.1 diatas, tercatat jumlah pelaku UMKM pada sembilan Kecamatan di Kota Palopo berkembang sangat signifikan dari tahun ketahun. Menurut data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palopo, wilayah Wara termasuk penyumbang terbesar UMKM di Kota Palopo, selain letak geografis Kecamatan Wara yang sangat strategis yaitu berada dipusat kota dengan lokasi keramaian yang mendukung, menjadikan Kecamatan Wara sebagai sektor sarana pelaku UMKM khususnya di sektor usaha jajanan kuliner. Salah satu tempat keramaian

yang ada di Kecamatan Wara dan cukup terkenal ramai setiap harinya dan maraknya pembeli sekarang adalah jajanan kuliner yang ada di Lapangan Pancasila Kota Palopo. Daya tarik bagi masyarakat untuk berjualan di Lapangan Pancasila adalah selain lokasinya yang strategi banyak pengunjung yang datang berlomba lomba mencicipi kuliner yang ada di Lapangan Pancasila.

UMKM di Kota Palopo terkhusus di Lapangan Pancasila dipilih dalam penelitian ini karena dianggap mampu mengembangkan Sumber Daya Manusia dengan berbekal Ilmu Pengetahuan, kreatifitas, serta inovasi dan mampu mengembangkan lapangan pekerjaan. UMKM juga diharapkan mampu mengangkat perekonomian Kota Palopo dan memberikan image positif tentang ciri khas budaya lokal di kota ini.

Disamping nilai positif dari UMKM tersebut terdapat juga permasalahan yang menghambat perkembangan UMKM itu sendiri. Berdasarkan hasil observasi ditemukan berbagai permasalahan yang disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya dari kriteria UMKM itu sendiri, dimana UMKM yang ada di lingkungan Lapangan Pancasila Kota Palopo merupakan sektor ekonomi mandiri yang dikelola sendiri termasuk dalam kategori usaha rumahan atau *home industry*. Permasalahan yang ditemukan diantaranya sebagai berikut :

Kurangnya kreativitas pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha melalui inovasi produk yang menyebabkan kepuasan konsumen menurun, pernyataan ini didukung oleh Berlin Silaban, Agus Suharto dan Suhendri dalam jurnal, dengan judul penelitian “*Peran UMKM Pembuatan Makanan Ringan dan*

Inovasi Produk Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Di Kota Tangerang". Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan data kuantitatif dan hipotesis yang di uraikan bahwa peran usaha mikro kecil dan menengah pembuatan makanan ringan, inovasi produk, berpengaruh secara positif terhadap penambahan Ekonomi Masyarakat di Kota Tangerang.⁵

Selain itu, Teknologi juga berperan penting terhadap pengembangan usaha pelaku UMKM, adanya gaptek (gagap teknologi) istilah ini merupakan sebutan bagi individu yang tidak tahu tentang kemajuan teknologi serta tidak bisa mengoperasikannya. Perkembangan teknologi yang terjadi sekarang ini justru membawa banyak manfaat bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing di antara sesama pelaku UMKM. Kehadiran saluran marketplace dan media sosial membuka peluang bagi pelaku UMKM dalam mengenalkan produk mereka ke ranah yang lebih luas, hal ini didukung oleh penelitian Achmad S dengan judul "Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar" yang menyebutkan hasil penelitian menunjukkan ada peluang berlipat ganda dan perhatian UMKM dimana ada kebutuhan khusus bagi pelaku UMKM untuk melakukan transformasi digitalisasi dalam rangka meningkatkan daya saing bisnis dan memperluas daya jual.⁶

⁵ Berlin, Agus Suharto, and Suhendri, "UMKM Pembuatan Makanan Ringan Dan Inovasi Produk Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Di kota Tangerang," *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 22, no. 1 (2022): 37–48, <https://doi.org/10.33061/jeku.v22i1.7513>.

⁶ Toni Wijanarko Adi Putra, Achmad Solechan, and Budi Hartono, "Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar," *Jurnal Informatika Upgris* 9, no. 1 (2023): 7–12, <https://doi.org/10.26877/jiu.v9i1.15096>.

Daya saing menjadi masalah selanjutnya dalam pengembangan usaha pelaku UMKM, dimana pelaku UMKM di Lapangan Pancasila berusaha untuk tetap mengembangkan produk yang dimilikinya agar dapat bersaing dengan pelaku UMKM lainnya. hal ini didukung oleh penelitian Ramadhani Dika Maulana, Pardiman dan Nanik Wahyuningtiyas dengan judul penelitian *“Pengaruh Praktik MSDM Terhadap Daya Saing Pada Pelaku UMKM DI Dusun Rejoso Desa Junrejo”*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perekrutan tidak memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing pelaku UMKM di Dusun Rejoso Desa Junrejo, pelatihan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing pelaku UMKM di Dusun Rejoso Desa Junrejo dan penggajian memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing pelaku UMKM di Dusun Rejoso Desa Junrejo.⁷

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai bagaimanakah pengaruh inovasi, teknologi dan daya saing terhadap pendapatan pelaku UMKM di lapangan pancasila yang berjudul **“Pengaruh Inovasi, Teknologi dan Daya Saing Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

⁷ Anisia Damayanti, Rois Arifin, and Rahmawati, “Pengaruh Praktik MSDM Terhadap Daya Saing Pada Pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Di Dusun Rejoso Desa Junrejo,” *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis* 12, no. 01 (2023): 510–18.

1. Apakah Inovasi berpengaruh terhadap pendapatan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Lapangan Pancasila Kota Palopo ?
2. Apakah Teknologi berpengaruh terhadap pendapatan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Lapangan Pancasila Kota Palopo ?
3. Apakah Daya Saing berpengaruh terhadap pendapatan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Lapangan Pancasila Kota Palopo ?
4. Apakah Inovasi, Teknologi, dan Daya Saing berpengaruh terhadap pendapatan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Lapangan Pancasila Kota Palopo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan oleh penulis maka tujuan yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah Inovasi berpengaruh terhadap pendapatan pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo.
2. Untuk mengetahui apakah Teknologi berpengaruh terhadap pendapatan pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo.
3. Untuk mengetahui apakah Daya Saing berpengaruh terhadap pendapatan pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo.
4. Untuk mengetahui apakah Inovasi, Teknologi dan Daya Saing berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan informasi untuk digunakan dalam pengembangan ilmu pengetahuan terutama bagi para akademisi dan para peneliti untuk tinjauan penelitian lebih lanjut.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dibidang yang sama.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pelaku UMKM, diharapkan mampu mengatasi permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM sehingga mampu mengembangkan usaha mereka.
- b. Bagi Pemerintah dan Pembuat Kebijakan, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau referensi penyusunan intervensi program dalam mengembangkan SDM yang mendukung UMKM agar lebih efektif dan efisien.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan dibutuhkan untuk membandingkan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yang tentunya dijadikan sebagai acuan referensi penelitian. Maka dari itu peneliti menemukan beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Regina Octavia Ibrahim, Tineke Wolok dan Zulfia K. Abdussamad (2024) dalam jurnal, dengan judul penelitian "*Pengaruh Inovasi Produk dan Pemanfaatan Marketplace Terhadap Daya Saing Pada Pelaku UMKM Di Kota Gorontalo*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas inovasi produk dan pemanfaatan marketplace memiliki dampak positif terhadap peningkatan daya saing pada UMKM. Temuan ini menggambarkan bahwa keterlibatan yang baik dalam inovasi produk dan pemanfaatan marketplace dapat saling melengkapi untuk meningkatkan daya saing. Dalam konteks indikator yang lebih dominan , hasil analisis menunjukkan bahwa baik inovasi produk maupun pemanfaatan marketplace memiliki peran yang setara dalam meningkatkan daya saing UMKM.⁸ Persamaan penelitian dengan yang peneliti kaji yaitu sama-sama

⁸ Zulfia K. Abdussamad Regina Octavia Ibrahim, Tineke Wolok, "Pengaruh Inovasi Produk Dan Pemanfaatan Marketplace Terhadap Daya Saing Pada Pelaku UMKM Di Kota Gorontalo," *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 7, no. 1 (2024): 404–15.

menggunakan teknik analisis data regresi linear berganda. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya yaitu UMKM di Gorontalo.

2. Berlin Silaban, Agus Suharto dan Suhendri (2022) dalam jurnal, dengan judul penelitian "*Peran UMKM Pembuatan Makanan Ringan dan Inovasi Produk Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Di Kota Tangerang*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan data kuantitatif dan hipotesis yang di uraikan bahwa peran usaha mikro kecil dan menengah pembuatan makanan ringan, inovasi produk, berpengaruh secara positif terhadap penambahan Ekonomi Masyarakat di Kota Tangerang.⁹ Persamaan penelitian ini dengan yang peneliti kaji adalah sama-sama menggunakan variabel inovasi produk. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya yaitu UMKM di Kota Tangerang.
3. Shinta Avriyanti (2022) dalam jurnal, dengan judul penelitian "*Pengaruh Inovasi Produk dan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Usaha (Studi pada UMKM Bidang Kuliner di Kabupaten Tabalong)*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya pengaruh inovasi produk dan teknologi informasi terhadap perkembangan usaha pada UMKM bidang kuliner di Kabupaten Tabalong adalah sebesar 59,8%, sisanya sebesar 40,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar variabel yang diuji.¹⁰ Persamaan penelitian ini dengan yang peneliti kaji adalah sama sama menggunakan variabel Pengaruh Inovasi produk. Sedangkan perbedaannya

⁹ Berlin, Suharto, and Suhendri, "UMKM Pembuatan Makanan Ringan Dan Inovasi Produk Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Di kota Tangerang."

¹⁰ Shinta Avriyanti, "Pengaruh Inovasi Produk Dan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada UMKM Bidang Kuliner Di Kabupaten Tabalong)" 5, no. 2 (2024): 81–98, <https://doi.org/10.35722/pubbis>.

terletak pada teknik analisis datanya yaitu GeSCA (Generalized Structured Component Analysis).

4. Ade Fitria Sukma Ardini dan Arif Nugroho Rachman (2024) dalam jurnal, dengan judul penelitian “*Pengaruh Modal, Teknologi, Tingkat Pendidikan dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Sukoharjo*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal, teknologi, tingkat pendidikan, dan jam kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Sukoharjo. Dan secara parsial variabel modal, teknologi, tingkat pendidikan, dan jam kerja berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Sukoharjo.¹¹ Persamaan dengan yang peneliti kaji adalah sama-sama menggunakan variabel Pengaruh Teknologi, serta menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya yaitu UMKM Di Kabupaten Sukoharjo.
5. Bima Andika dan Muhammad Irwan Padli Nasution (2023) dalam jurnal, dengan judul penelitian “*Pengaruh Teknologi Informasi Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan teknologi informasi saat ini sangat bermanfaat dari berbagai pihak, terutama dalam pemanfaatan teknologi informasi bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) karena dengan adanya pengaruh TI para pelaku UMKM dapat meningkatkan jumlah pesanan yang masuk, meningkatkan volume produksi, sebagai wadah promosi produk yang dijual, membuat inovasi-inovasi baru dalam proses produksi, dan meningkatkan

¹¹ Ade Fitria Sukma Ardini and Arif Nugroho Rachman, “Pengaruh Modal, Teknologi, Tingkat Pendidikan Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Umkm Di Kabupaten Sukoharjo,” *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen* 3, no. 3 (2024): 305–13.

pendapatan para pelaku UMKM dan pengusaha-pengusaha lainnya.¹² Persamaan penelitian ini dengan yang peneliti kaji adalah sama-sama menggunakan variabel pengaruh teknologi. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya yaitu UMKM secara menyeluruh.

6. Sitti Sarah Sidik dan Duniyati Ilmiah (2021) dalam jurnal, dengan judul penelitian “*Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Pajangan Bantul*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal, tingkat pendidikan dan teknologi berpengaruh secara serentak (simultan) terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Pajangan Bantul sebesar 42.3% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.¹³ Persamaan penelitian ini dengan yang peneliti kaji adalah sama-sama menggunakan teknik analisis data regresi linear berganda. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya, dimana peneliti berfokus pada UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo sedangkan penelitian Sitti Sarah Sidik dan Duniyati Ilmiah berfokus pada UMKM di Kecamatan Pajangan Bantul.
7. Ramadhani Dika Maulana, Pardiman dan Nanik Wahyuningtiyas (2024) dalam jurnal, dengan judul penelitian “*Pengaruh Praktik MSDM Terhadap Daya Saing Pada Pelaku UMKM DI Dusun Rejoso Desa Junrejo*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perekrutan tidak memberikan pengaruh

¹² Muhammad Irwan Padli Nasution Bima Andika, “Pengaruh Teknologi Informasi Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm)” 2, no. 1 (2023): 1–10, <https://ejournal.warunayama.org/koehesi>.

¹³ Siti Sarah Sidik and Duniyati Ilmiah, “Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kecamatan Pajangan Bantul,” *Margin Eco* 5, no. 2 (2022): 34–49, <https://doi.org/10.32764/margin.v5i2.2411>.

positif dan signifikan terhadap daya saing pelaku UMKM di Dusun Rejoso Desa Junrejo, pelatihan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing pelaku UMKM di Dusun Rejoso Desa Junrejo dan penggajian memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing pelaku UMKM di Dusun Rejoso Desa Junrejo.¹⁴ Persamaan penelitian ini dengan yang peneliti kaji yaitu sama-sama menggunakan variabel daya saing. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya yaitu pelaku UMKM di Dusun Rejoso Desa Junrejo.

B. Landasaan Teori

1. Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Teori pendapatan dikembangkan oleh seorang ahli ekonomi bernama J.M. Keynes, yang juga dikenal dengan istilah teori *Liquidity Preferenc*. Teori ini menjelaskan bahwa masyarakat cenderung lebih memilih untuk menyimpan uang tunai Karena tiga alasan utama: motif transaksi, motif berjaga-jaga, dan motif spekulasi. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika banyak warga Negara kita memilih untuk berdagang dan melakukan transaksi jual beli secara tunai.

Pendapatan dapat diartikan sebagai peningkatan aset suatu organisasi dan pengurangan kewajiban yang terjadi akibat penjualan barang dan jasa

¹⁴ Damayanti, Arifin, and Rahmawati, "Pengaruh Praktik MSDM Terhadap Daya Saing Pada Pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Di Dusun Rejoso Desa Junrejo."

kepada pihak lain dalam periode tertentu.¹⁵ Menurut Winardi, pendapatan juga didefinisikan sebagai hasil dalam bentuk uang atau hasil nyata dalam bentuk lain yang diperoleh melalui pemanfaatan aset atau jasa manusia secara gratis.¹⁶ Selain itu pendapatan mencerminkan hasil yang diperoleh dari kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan operasi perusahaan, termasuk hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh perusahaan.¹⁷

Prinsip dasar pengakuan pendapatan mengharuskan agar pendapatan diakui pada saat diperoleh. Terdapat tiga aspek penting dalam prinsip ini : (1) sifat dan komponen pendapatan, (2) pengukuran pendapatan, dan (3) waktu pengakuan pendapatan itu sendiri.

Sifat dan komponen pendapatan mencakup tiga cara dimana pendapatan dapat diperoleh: pertama, sebagai arus masuk aset bersih dari penjualan barang atau jasa, kedua, sebagai arus keluar barang dan jasa kepada pelanggan, dan ketiga sebagai penciptaan barang dan jasa oleh suatu entitas dalam periode tertentu.

Dalam konteks akuntansi, komponen pendapatan dapat dipahami dari dua sudut pandang, yaitu secara luas dan sempit. Pandangan yang lebih luas menganggap bahwa pendapatan mencakup semua hasil yang diperoleh dari kegiatan bisnis serta investasi. Sementara itu, perspektif yang lebih

¹⁵ M.E. Uly Mabruroh Halida, *Teori Pengantar Bisnis*, 2023, [http://repository.iainmadura.ac.id/434/1/Teori Pengantar Bisnis.pdf](http://repository.iainmadura.ac.id/434/1/Teori%20Pengantar%20Bisnis.pdf).

¹⁶ Lubis Ali Topan, "Distribusi Pendapatan Dalam Perspektif Islam," *Journal Islamic Banking and Finance* 9802, no. 1 (2024): 53–67.

¹⁷ Mauna Th.B.Maramis Nirfandi Gonibala, Vecky.A.J. Masinambow, "Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Kitamobagu," *Berkala Ilmiah Efisiensi* 19, no. 01 (2023): 56–67.

sempit menyatakan bahwa pendapatan hanya berasal dari kegiatan bisnis, tanpa melibatkan hasil dari kegiatan investasi.

Pendapatan diukur berdasarkan nilai produk dan layanan yang diperoleh dalam aktivitas bisnis. Secara umum, pengukuran pendapatan dapat dilakukan secara objektif hanya pada saat terjadinya penjualan, yang ditunjukkan dengan harga jual.

Pendapatan usaha kecil adalah jumlah uang yang diperoleh oleh pengusaha atau pelaku usaha dari aktivitas yang mereka lakukan dalam periode tertentu, baik itu harian, mingguan, bulanan, maupun tahunan. Usaha kecil umumnya mencakup usaha kecil menengah (UKM) dan industri kecil (IKM), yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Usaha kecil mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, menambah devisa negara, serta memperkuat struktur ekonomi bangsa.¹⁸

Pendapatan dapat dipahami sebagai segala sesuatu yang diterima seseorang, baik dalam bentuk uang maupun tidak, sebagai hasil dari kegiatan yang dilakukannya dalam waktu tertentu.

b. Jenis-Jenis pendapatan

Terdapat dua jenis pendapatan yaitu :

- 1) Pendapatan operasional

¹⁸ Musa Hubeis, "Prospek Usaha Kecil Dalam Wadah Inkubator Bisnis," vol. 11, 2024.

Pendapatan usaha merujuk pada jenis pendapatan yang dihasilkan dari aktivitas dan operasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Setiap perusahaan memiliki pendapatan operasional yang bervariasi, tergantung pada jenis usaha yang dijalankan.

Pendapatan operasional terbagi lagi menjadi dua yaitu :

a) Pendapatan kotor

Pendapatan kotor yaitu pendapatan yang dihasilkan dari adanya kegiatan penjualan sebelum dikurangi dengan berbagai biaya-biaya yang digunakan.

b) Pendapatan bersih

Pendapatan bersih merupakan hasil yang diperoleh dari pendapatan kotor yang kemudian dikurangi dengan seluruh biaya yang dikeluarkan. Pendapatan bersih menjadi ukuran kesehatan keuangan seorang individu.

2) Pendapatan Non Operasional

Pendapatan non-operasional adalah semua pendapatan yang diperoleh perusahaan di luar aktivitas utama bisnisnya, yang seringkali disebut sebagai pendapatan lain-lain.

Pendapatan non operasional ini juga terbagi atas dua jenis yaitu :¹⁹

¹⁹ Mahaitin H Sinaga, Sri Martina, and Djahotman Purba, "Pengaruh Modal Kerja, Jam Kerja Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Simalungun," *Jurnal Ilmiah Accusi* 6, no. 1 (2024): 151–60, <https://doi.org/10.36985/n4s0jb32>.

- a) Pendapatan ini dapat berasal dari berbagai sumber, seperti pembayaran sewa, royalti, dan penggunaan aset perusahaan atau organisasi lain.
- b) Pendapatan non-operasional juga mencakup hasil dari penjualan aset yang bukan merupakan barang yang dihasilkan oleh perusahaan, contohnya penjualan surat berharga.

Menurut Sukirno, pendapatan dapat dihitung melalui tiga cara yaitu :

- 1) Cara Pengeluaran: Cara ini menghitung pendapatan dengan menjumlahkan total nilai beban atau pengeluaran yang dikeluarkan untuk barang dan jasa.
- 2) Cara Produksi: Dalam cara ini, pendapatan dihitung dengan menjumlahkan nilai barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.
- 3) Cara Pendapatan: Cara ini menghitung total pendapatan dengan menjumlahkan semua penerimaan yang diterima perusahaan.²⁰

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan

Ketika membicarakan tentang pendapatan, jelas bahwa setiap individu memiliki tingkat pendapatan yang berbeda-beda. Hal ini disebabkan oleh variasi dalam tingkat produktivitas masing-masing individu dalam bekerja. Menurut Nurlaila Hanum, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat pendapatan seorang pedagang, antara lain:

²⁰ Emi Handrina, Gusnayetti, and Doddie Arya Kusuma B, "Dampak Sosiologis Keberadaan Wisata Kuliner Dalam Peningkatan Kesejahteraan Keluarga Di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh," *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora Dan Seni* 2, no. 3 (2024): 333–40, <http://jurnal.minartis.com/index.php/jishs/article/view/1647%0A>.

1) Faktor Jam Kerja

Semakin banyak waktu yang dihabiskan seseorang untuk bekerja, semakin tinggi tingkat produktivitasnya, serta semakin besar hasil yang diperoleh. Dengan kata lain, individu yang bekerja dalam jam yang lebih panjang cenderung mendapatkan upah yang lebih tinggi.

2) Lamanya Usaha

Lama usaha ini merujuk pada berapa lama usaha pedagang tersebut berdiri atau seberapa besar pengalaman yang dimiliki dalam menjalankan usahanya. Semakin lama seorang pedagang menjalankan usaha, semakin terampil mereka dalam menjual produk dan bersaing dengan pedagang lain.

3) Faktor modal kerja

Adanya modal kerja yang lebih besar dapat membantu meningkatkan produksi sehingga dapat menghasilkan pendapatan yang lebih banyak.

4) Lokasi

Hasil penelitian “Pengaruh Modal, Lokasi, dan Jenis Barang Dagangan terhadap Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman” yang dilakukan oleh Nur Isni Atun menunjukkan bahwa analisis regresi variabel lokasi bernilai positif, yang menunjukkan bahwa lokasi merupakan salah satu faktor terpenting yang dapat mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang. Semakin strategis lokasi pedagang, maka akan semakin banyak

calon konsumen yang mengetahui keberadaan pedagang, sehingga memudahkan pedagang dalam berjualan.²¹

d. Indikator Pendapatan

Terdapat Enam indikator pendapatan yaitu :

- 1) Kesempatan kerja yang tersedia, semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia, semakin banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut.
- 2) Jenis pekerjaan, terdapat banyak jenis pekerjaan yang dipilih seseorang dalam melakukan pekerjaannya untuk mendapatkan pendapatan.
- 3) Kecakapan dan keahlian, dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas yang pada akhirnya memengaruhi terhadap besarnya pendapatan yang diperoleh.
- 4) Motivasi atau dorongan juga memengaruhi jumlah penghasilan, semakin besar dorongan untuk melakukan pekerjaan, semakin besar pula penghasilan yang diperoleh.
- 5) Keuletan dalam bekerja.
- 6) Banyak sedikitnya modal yang digunakan.²²

2. Inovasi Produk

a. Pengertian Inovasi Produk

²¹ Nur Isni Atun, "Pengaruh Modal, Lokasi, Dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman," *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2023, 318–25, <http://harianjogja.com>.

²² M. Rizky Dimas Ramadhan and Muhammad Yasin, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha UMKM Coffee Shop Di Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo," *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis* 2, no. 3 (2023): 119–30, <https://doi.org/10.55606/jupsim.v2i3.2009>.

Inovasi adalah penciptaan ide atau konsep baru yang awalnya tampak telah memasuki budaya melalui proses teknis, komersil, dan sosial. Inovasi juga merupakan cara solusi baru untuk menawarkan pelanggan nilai terbaik untuk produk. Dengan kata lain, inovasi adalah transformasi atau penemuan ide untuk perbaikan dan pengembangan berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Pengusaha menciptakan inovasi sebanyak mungkin dengan menciptakan daya tarik yang unik untuk produknya, sehingga inovasi ini menjadi peluang penjualan.²³

Inovasi merupakan ruh dan memiliki peran penting dalam sebuah marketing karena setiap pemain pasar terbuka harus memiliki suatu keunggulan yang dapat membedakan dari pemain lainnya, sedemikian rupa pentingnya inovasi dalam dunia persaingan bisnis.

Secara umum inovasi produk merupakan suatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaingnya. Produk yang memiliki kelebihan nilai tambah bagi konsumen.²⁴

Inovasi dalam Islam harus diarahkan pada manfaat, kemaslahatan, dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai syariah, yakni pada QS. Ali Imran(3) ayat 190 :

²³ Nyoman Anggri Wedhani, Ni Nyoman Yulianti, and Muhammad Wahyullah, "Pengaruh Inovasi Produk, Financial Knowledge, Dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Asosiasi Pengrajin Mutiara Lombok (Pearl NTB)," *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 3 (2023): 619–30, <https://doi.org/10.57141/kompeten.v2i3.99>.

²⁴ Nurul Sukriani, "Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Pelaku Umkm Kuliner Di Kota Pekanbaru," *Jurnal Bisnis Kompetitif* 1, no. 2 (2022): 64–71, <https://doi.org/10.35446/bisniskompetitif.v1i2.998>.

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْخِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِّأُولِي الْأَبْصَارِ

Terjemahannya :

“Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi serta pergantian malam dan siang terdapat tanda-tanda kebesaran Allah bagi orang yang berakal”

Dari ayat Al-Qura'an diatas, menjelaskan tentang mendorong manusia untuk menggunakan akal dan kreativitasnya dalam merenungkan alam dan menciptakan sesuatu yang baru, yang menjadi landasan penting dalam proses inovasi produk.

b. Jenis-Jenis Inovasi Produk

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

- 1) Pengenalan suatu barang baru, atau perbaikan dari barang yang sudah ada.
- 2) Pengenalan metode produksi baru.
- 3) Pembukaan pasar baru, khususnya pasar ekspor pada daerah baru.
- 4) Penciptaan atau pengadaan persediaan bahan mentah atau setengah jadi baru.
- 5) Penciptaan suatu bentuk organisasi industry baru Wirausaha yang dapat menciptakan jenis barang baru akan memberi keuntungan bagi pasar

hingga banyak terdapat pilihan konsumsi.. Efisiensi juga dapat dicapai dengan ditemukannya persediaan (supply) baru untuk bahan produksi.²⁵

c. Indikator Inovasi Produk

Menurut Setiadi, menyatakan bahwa indikator inovasi terdiri dari yaitu :

- 1) Keunggulan relative (*relative advantage*), pertanyaan terpenting untuk diajukan dalam mengevaluasi keberhasilan potensial dari suatu produk baru yaitu, “apakah produk bersangkutan akan dirasa menawarkan keunggulan yang jauh lebih besar dibandingkan produk yang digantikan?.
- 2) Keserasian/kesesuain (*compatibility*), adalah determinan penting dari penerimaan produk baru Kesesuaian merujuk pada tingkat dimana produk konsisten dengan nilai yang sudah ada dan pengalaman masa lalu dari calon adopter.
- 3) Kekomplekan (*complexity*), adalah tingkat dimana inovasi dirasa sulit untuk dimengerti dan digunakan. Semakin kompleks produk bersangkutan, semakin sulit produk itu memperoleh penerimaan.
- 4) Ketercobaan (*trialability*) merupakan tingkat apakah suatu inovasi dapat dicoba terlebih dahulu atau harus terikat untuk menggunakannya. Suatu inovasi dapat diujicobakan pada keadaan sesungguhnya, inovasi pada umumnya lebih cepat diadopsi, maka suatu inovasi harus mampu

²⁵ Rambat L, “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Melalui Word of Mouth Di Kabupaten Brebes,” *Jurnal Strategik* 10, no. 1 (2022): 1–15.

menunjukkan keunggulannya. Produk baru lebih mungkin berhasil jika konsumen dapat mencoba atau bereksperimen dengan ide secara terbatas.

- 5) Keterlibatan (*observability*) tingkat bagaimana hasil penggunaan suatu inovasi dapat dilihat oleh orang lain. Semakin mudah seseorang melihat suatu inovasi, semakin besar kemungkinan inovasi diadopsi oleh orang atau sekelompok orang.²⁶

d. Penggolongan Inovasi

Ada Enam golongan baru antara lain :

- 1) Produk baru bagi dunia, yaitu produk baru yang menciptakan pasar sama sekali baru.
- 2) Lini produk baru, yaitu produk baru yang memungkinkan perusahaan/usaha memasuki pasar yang telah mapan untuk pertama kalinya.
- 3) Tambahan pada lini produk yang telah ada, yaitu produk-produk baru yang melengkapi suatu lini produk usaha/perusahaan yang telah mantap.
- 4) Perbaikan dan revisi produk yang telah ada, yaitu produk baru yang memberikan kinerja yang lebih baik atau nilai yang dianggap lebih hebat dan menggantikan produk yang telah ada.

²⁶ Avriyanti, "Pengaruh Inovasi Produk Dan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada UMKM Bidang Kuliner Di Kabupaten Tabalong)."

- 5) Penentuan kembali (repositioning), yaitu produk yang telah ada diarahkan ke pasar atau segmen pasar yang baru.
- 6) Pengurangan biaya, yaitu produk baru yang menyediakan kinerja serupa dengan harga yang lebih murah.²⁷

3. Teknologi Informasi

a. Pengertian Teknologi

Teknologi merupakan semua teknologi yang berlaku untuk transmisi informasi melalui media elektronik. Teknologi berdampak positif bagi strategi manajemen terkait dengan aspek komunikasi dan informasi, pengambilan keputusan, manajemen data, dan manajemen pengetahuan dalam organisasi. Teknologi ini dapat menjadi kekuatan dan alat strategi bagi organisasi yang memberikan manfaat dalam promosi dan daya saing. Teknologi juga memberikan manfaat bagi organisasi bisnis yang mengurangi biaya dan meningkatkan kemampuan organisasi bisnis untuk berkoordinasi dengan pihak eksternal.²⁸

Pada saat ini ditengah semakin canggihnya teknologi, informasi dan perkembangan telematika, memilih penggunaan sosial media pemasaran

²⁷ Sukriani, "Pengaruh Inovasi Dan Kreatifitas Terhadap Kinerja Usaha Pelaku Umkm Kuliner Di Kota Pekanbaru."

²⁸ Anik Wuriasih Herwisma Situmorang, Verawati Simanjuntak, "Pengaruh Teknologi Informasi Dan Sistem Informasi Akuntansi Dimasa Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan UMKM," *Accounting Research Journal* 3, no. 2 (2024): 51–68, <https://journal.feb.unipa.ac.id/index.php/ace/article/view/354%0Ahttps://>.

merupakan suatu keharusan pelaku usaha. Saat ini dapat dikatakan bahwa penggunaan media sosial menjadi pilar utama dalam perekonomian.²⁹

Banyak wirausaha yang memanfaatkan teknologi untuk memasarkan bisnis yang sedang dikelolanya agar lebih efisien dalam memilih target pasarnya. Selain itu penggunaan teknologi digital juga menjadi hal yang semakin penting bagi industry UMKM agar tetap kompetitif di pasar global, karena konsumen semakin bergantung pada internet untuk membeli produk atau mencari informasi yang dibutuhkan, jika UMKM tidak bisa memanfaatkan teknologi digital dapat kehilangan peluang untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saingnya.³⁰

Dalam Al-Quran ada beberapa surat dan ayat yang menggambarkan wawasan tentang teknologi salah satunya yaitu Q.S Al-Hadid : 25

لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ وَأَنْزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنْفَعٌ لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَنْ يَنْصُرُهُ وَرُسُلَهُ بِالْغَيْبِ ۚ إِنَّ اللَّهَ قَوِيٌّ عَزِيزٌ

Terjemahannya:

“Sesungguhnya kami telah mengutus rasul-rasul kami dengan membawa bukti-bukti yang nyata dan telah kami turunkan bersama mereka al-kitab dan neraca (keadilan) supaya manusia dapat melaksanakan keadilan. Dan kami ciptakan besi yang padanya terdapat kekuatan yang hebat dan berbagai

²⁹ Annas Lalo Muhammad syafuruddin, Syiar Rinaldi, Ishak Ishak, Andi Pattiware, “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Peningkatan Daya Jual Produk UMKM,” *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia* 2, no. 1 (2024): 102–6, <https://doi.org/10.59031/jpbmi.v2i1.342>.

³⁰ Ardini and Rachman, “Pengaruh Modal, Teknologi, Tingkat Pendidikan Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Umkm Di Kabupaten Sukoharjo.”

manfaat bagi manusia, (supaya mereka mempergunakan besi itu) dan supaya Allah mengetahui siapa yang menolong agamanya dan rasul-rasulnya padahal Allah tidak melihatnya. Sesungguhnya Allah maha kuat lagi maha perkasa.

Ayat ini menjelaskan bahwa teknologi (seperti besi) memiliki manfaat yang besar bagi manusia, namun juga berpotensi menimbulkan dampak negatif jika tidak digunakan secara bijak.

Penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan transformasi bisnis melalui kecepatan, ketepatan dan efisiensi pertukaran informasi dalam jumlah yang besar. UMKM dikatakan memiliki daya saing global apabila mampu menjalankan operasi bisnisnya secara reliabel, seimbang dan berstandar tinggi.³¹

Penggunaan dompet digital menyederhanakan transaksi dan memberikan kenyamanan pada pengguna dengan menghilangkan kebutuhan membawa kartu fisik atau mata uang. Namun kemudahan ini juga dapat memicu perilaku konsumtif, di mana konsumen cenderung lebih impulsif dalam pengeluaran mereka karena ketidaknyamanan batasan fisik yang umumnya terdapat pada metode pembayaran tradisional. Selain itu, promosi yang terintegrasi dalam dompet memberikan daya tarik tambahan bagi

³¹ Kalsum Padli Jibria Ratna Yasir, Ilham, "Pengaruh Modal, Digitalisasi Informasi Dan Kreativitas Terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Di Pelabuhan Tanjung Ringgit Kota Palopo," *Journal Of Islamic Economic and Business* 04, no. 01 (2022): 23–36.

pengguna. Diskon, cashback, atau reward lainnya menjadi insentif yang mendorong konsumen untuk lebih aktif menggunakan dompet digital.³²

Ada beberapa dompet digital yang lagi trend dikalangan masyarakat yaitu sebagai berikut :³³

1) Ovo

Aplikasi Ovo merupakan aplikasi smart yang memberikan kemudahan pelanggan dalam bertransaksi dan juga berkesempatan memperoleh dana dan mengumpulkan poin di banyak tempat. Layanan yang ditawarkan aplikasi Ovo adalah pembayaran yang serba bisa, simple instan dan aman untuk segala transaksi financial pelanggan.

2) Dana

Dompet digital ini didesain untuk menjadi setiap transaksi non tunai dan non kartu secara digital, baik offline maupun online secara praktis dan dapat berjalan dengan cepat serta tetap terjamin keamanannya. Sebagai dompet digital berplatform Dana sangat terbuka dan siap dimanfaatkan untuk mendukung setiap aktivitas ekonomi masyarakat.

3) Go-pay

³² Linda A.Ali Muh.Rasbi, Muh.Ginangjar, Fasiha, Atika Tahir, "Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Diskon Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pascasarjana Iain Palopo," *Keuangan Syariah [ONLINE]* 01, no. 02 (2023): 2, <https://doi.org/10.35905/moneta.v2i2.8920>.

³³ Indah Putri Permatahati and Aurino Rilman Adam Djamaris, "Perbandingan Loyalitas Pelanggan Pengguna Top 4 Aplikasi Dompet Digital (OVO, DANA, Go-Pay, Dan Link Aja) (Studi Kasus Pada Pengguna Di Jabodetabek)," *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)* 4, no. 2 (2024): 65–74, <https://doi.org/10.36782/jemi.v4i2.2200>.

Go-pay merupakan dompet digital serba bisa, seperti transaksi cepat untuk semua layanan gojek dan mitra bisnis, hingga mengirim atau menerima uang dengan mudah elektronik untuk transaksi keuangan non tunai untuk kebutuhan sehari-hari. Saat ini fasilitas dari go-pay hanya bisa di akses melalui aplikasi Gokej.

4) LinkAja

LinkAja merupakan layanan uang elektronik untuk transaksi apapun. Beli pulsa, data, bayar merchant, bayar tagihan, kirim donasi, kirim uang hingga bayar asuransi dan mengajukan pinjaman. LinkAja menawarkan suatu layanan uang elektronik berbasis aplikasi dengan tujuan memberikan kemudahan dan keamanan bertransaksi bagi pelanggan.

b. Pentingnya Teknologi Informasi

Menurut Sutarman mengemukakan alasan teknologi informasi menjadi salah satu bagian penting adalah sebagai berikut :³⁴

- 1) Meningkatnya kompleksitas dari tugas manajemen.
- 2) Pengaruh ekonomi internasional (globalisasi).
- 3) Perlunya waktu tanggap (response time) yang lebih cepat.
- 4) Tekanan akibat dari persaingan bisnis.

c. Tujuan dan Fungsi Tekonolgi Informasi

³⁴ Alan Aldo Powa, Johannis E. Kaawoan, and Fanley N. Pangemanan, "Pemanfaatan Teknologi Dan Informasi Di Dinas Komunikasi Dan Informatika Statistik Dan Persandian Di Kabupaten Minahasa Tenggara," *Governance* 1, no. 2 (2024): 1, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/governance/article/view/35164%0A>.

Menurut Sutarman ada tiga tujuan dari teknologi informasi yaitu :

- 1) Untuk memecahkan masalah.
- 2) Untuk membuka kreativitas.
- 3) Untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam melakukan pekerjaan.

Sutarman juga mengemukakan enam fungsi dari teknologi adalah sebagai berikut :

- 1) Menangkap (*Capture*)

Yaitu merupakan suatu proses penangkapan data yang akan menjadi data masukan.

- 2) Mengolah/memproses data masukan yang diterima untuk menjadi informasi.

Pengolahan/pemrosesan data dapat berupa konversi (pengubahan data ke bentuk lain), analisis (analisis kondisi), perhitungan (kalkulasi), sintesis (penggabungan) segala data dan informasi. Data processing, memproses dan mengolah data menjadi suatu informasi.

- 3) Menghasilkan (*generating*)

Menghasilkan atau mengorganisasikan informasi ke dalam bentuk yang berguna. Misalnya laporan, tabel, grafik, dan sebagainya.

4) Menyimpan (*Storage*)

Merekam atau menyimpan data dan informasi dalam suatu media yang dapat digunakan untuk keperluan lainnya.

5) Mencari kembali (*Retrival*)

Menelusuri, mendapatkan kembali informasi atau menyalin (copy) data dan informasi yang sudah tersimpan.

6) Transmisi (*Transmission*)

Mengirim data dan informasi dari suatu lokasi ke lokasi lain melalui jaringan computer.

d. Manfaat Teknologi

Ada Tiga manfaat teknologi yaitu :

5) Mempermudah Komunikasi

Teknologi memungkinkan orang untuk berkomunikasi dengan lebih cepat, mudah, dan efisien, baik secara pribadi maupun dalam pekerjaan.

6) Meningkatkan Efisiensi Kerja

Dengan teknologi, berbagai pekerjaan dapat diselesaikan lebih cepat, akurat, dan dengan tenaga yang lebih sedikit.

7) Menumbuhkan Inovasi dan Kreativitas

Teknologi membuka ruang untuk menciptakan ide-ide baru dan solusi kreatif dalam berbagai bidang.³⁵

e. QRIS (Quick Response Code Indonesia Standard)

Teknologi digital payment QRIS adalah sebuah inovasi sistem pembayaran yang ditetapkan oleh Bank Indonesia untuk memfasilitasi transaksi pembayaran di seluruh Indonesia dengan menggunakan QR Code. Qris dapat digunakan oleh semua penyelenggara jasa sistem pembayaran, baik bank maupun non-bank, serta dapat menerima pembayaran dari aplikasi pembayaran apapun. QRIS memiliki banyak keuntungan bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah, seperti praktis, efisien, higienis, aman, dan murah.³⁶

QRIS diluncurkan oleh Bank Indonesia pada 17 Agustus 2019 untuk mengintegrasikan berbagai sistem pembayaran elektronik di Indonesia yang sebelumnya berpisah-pisah, sehingga memudahkan transaksi non-tunai bagi masyarakat. Dengan tujuan menciptakan sistem pembayaran yang lebih efisien dan inklusif, QRIS mulai berlaku efektif pada 1 Januari 2020 sebagai bagian dari visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025. Selama COVID-19, QRIS semakin populer karena memungkinkan transaksi tanpa kontak fisik, membantu mengurangi penyebaran virus. Dengan demikian, QRIS

³⁵ Amri Muliawan Nur Mahpuz, Hariman Bahtiar, Fathurahman, "Pelatihan Pembinaan UMKM Berbasis Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan SDM Pelaku UMKM," *ABSYARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 2, no. 2 (2023): 212–19, <https://doi.org/10.29408/ab.v2i2.4206>.

³⁶ Atipa Muji Yugo Dwi Satrio, Tri Intang Dewana, "Manfaat Teknologi Digital Payment QRIS Bagi UMKM," *Merdeka Indonesia Journal Internasional (MIJI)* 15, no. 1 (2024): 37–48.

telah menjadi solusi penting dalam memodernisasi sistem pembayaran di Indonesia, memberikan kemudahan dan keamanan bagi pengguna.³⁷

1) Jenis – Jenis Pembayaran Menggunakan QRIS

Terdapat tiga jenis pembayaran dalam menggunakan QRIS, yaitu :³⁸

- a) *Merchant Presented Mode (MPM) Statis* paling mudah, merchant cukup memajang satu sticker atau print-out QRIS dan gratis. Pengguna hanya melakukan scan, masukkan nominal, masukkan PIN dan klik bayar.
- b) *Merchant Presented Mode (MPM) Dinamis QR* dikeluarkan melalui suatu device seperti mesin EDC atau smartphone. Merchant harus memasukkan nominal pembayaran terlebih dahulu, kemudian pelanggan melakukan scan QRIS yang tampil atau tercetak.
- c) *Customer Presented Mode (CPM)* Pelanggan cukup menunjukkan QRIS yang ditampilkan dari aplikasi pembayaran pelanggan untuk di scan oleh merchant. QRIS CPM lebih ditujukan untuk merchant yang membutuhkan kecepatan transaksi tinggi seperti penyedia transportasi, parkir dan ritel modern.

2) Manfaat QRIS

Adapun manfaat QR Code dengan QRIS, diantaranya :³⁹

³⁷ Jihan Zahidah Imtihan B. Nawang Fatmala, “Analisis Pengaruh Ketersediaan QRIS Dalam Transaksi Jual Beli Bagi UMKM Ketintang,” *Neraca Manajemen Ekonomi* 3, no. 1 (2023).

³⁸ A’rasy Fahrullah Laili Nur Rahmawati, “Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Qris Pada Generasi Z Bojonegoro,” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam Volume Volume 7 Nomor 2, Tahun 2024* 7, no. 2 (2024): 1–12.

a) Bagi pengguna aplikasi pembayaran

- (1) Cepat dan kekinian
- (2) Tidak perlu repot lagi membawa uang tunai
- (3) Tidak perlu pusing memikirkan QR siapa yang terpasang
- (4) Terlindungi karena semua PJSP penyelenggara QRIS sudah pasti memiliki izin dan diawasi oleh Bank Indonesia

b) Bagi Merchant/Toko

- (1) Penjualan berpotensi meningkat karena dapat menerima pembayaran berbasis QR apapun
- (2) Meningkatkan branding
- (3) Kekinian
- (4) Lebih praktis karena cukup menggunakan satu QRIS

3) Indikator QRIS

Terdapat 4 Indikator QRIS yaitu sebagai berikut :⁴⁰

a) Universal

QRIS dapat menerima pembayaran aplikasi pembayaran apapun menggunakan QR Code, jadi masyarakat tidak perlu memiliki berbagai macam aplikasi pembayaran.

³⁹ Sitti Nuralifah Rahmayani Romansyah Sahauddin, Hery Maulana Arif, Indira Nurfatimah, Rezky Atirah T, Suci Nengsia, "Fintech Dan Kepuasan Pelanggan Menggali Peran Kemudahan Transaksi Melalui QRIS Sebagai Variabel Intervening Di Warung Sari Laut Mas Joko Kota Makassar," *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi* 2, no. 1 (2024): 61–70.

⁴⁰ Lailatul Mustagfiroh and Ahmad Supriyadi, "Efektivitas Penggunaan QRIS Sebagai Media Pembayaran Dalam Meningkatkan Perkembangan UMKM Di Jepara," *JEBIKSU : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus* 2, no. 2 (2024): 204–18, <http://jim.ac.id/index.php/JEBISKU/>.

b) Gampang

Bagi masyarakat menggunakan QRIS mudah, hanya cukup scan dan klik layar, bagi Merchant menggunakan QRIS mudah dan tidak perlu memajang banyak QR Code, cukup satu QRIS yang dapat dipindai menggunakan aplikasi pembayaran QR manapun.

c) Untung

Pengguna dapat menggunakan akun pembayaran QR apapun untuk membayar. Merchant cukup punya minimal satu akun untuk menampung semua pembayaran QR Code.

d) Langsung

Pembayaran menggunakan QRIS langsung diproses seketika, pengguna dan merchant langsung mendapatkan notifikasi transaksi.

4. Daya Saing UMKM

a. Pengertian Daya Saing

Menurut Michael Porter mendefinisikan daya saing adalah tingkat produktivitas yang diartikan sebagai output yang dihasilkan oleh suatu tenaga kerja. Daya saing dapat ditentukan oleh keunggulan bersaing suatu perusahaan dan sangat bergantung pada tingkat sumber daya relative yang dimilikinya atau biasa kita sebut keunggulan kompetitif. Selanjutnya Porter menjelaskan pentingnya daya saing karena tiga hal berikut yaitu : 1)

Mendorong produktivitas dan meningkatkan kemampuan, 2) Dapat meningkatkan kapasitas ekonomi, baik dalam konteks regional ekonomi maupun kuantitas pelaku ekonomi sehingga pertumbuhan ekonomi meningkat, 3) Kepercayaan bahwa mekanisme pasar lebih menciptakan efisiensi.

Perusahaan yang mampu memproduksi barang dan jasa dengan kualitas baik akan mendapatkan daya saing. Dengan adanya daya saing berarti perusahaan tersebut mempunyai keunggulan. Keunggulan perusahaan akan menjadikan survive di dalam pasar persaingan dalam jangka waktu yang panjang. Daya saing berhubungan dengan bagaimana efektivitas suatu organisasi di pasar persaingan.⁴¹

Daya saing adalah suatu konsep yang umum digunakan didalam ekonomi, biasanya merujuk kepada komitmen terhadap persaingan pasar dalam kasus perusahaan-perusahaan dan keberhasilan dalam persaingan pasar dalam kasus Negara-negara.⁴²

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa daya saing merupakan kemampuan sesuatu atau seseorang untuk tumbuh dan berkembang dengan baik diantara entitas sejenis dalam suatu lingkungan yang sama untuk merebut pasar.

⁴¹ Ade Elza Surachman Yayat Sudrajat, Edwin Basmar, *Perekonomian Indonesia*, 2024.

⁴² Putri Rizky Mentariyani, "Pengaruh Pengembangan Produk Dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Properti Primary Pada Pt. Putra Perkasa Properti Di Sampit," *Surplus: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 3, no. 1 (2023): 60–68.

b. Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sudah banyak dikenal oleh masyarakat dan membutuhkan tindakan khusus untuk memaksimalkan daya saing. Masyarakat yang memiliki usaha tersebut akan selalu membuat perubahan-perubahan akan produk yang dihasilkan.⁴³

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan orang perorangan/ badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan/ bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria. Sementara itu, usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria. Selaras dengan pengertian diatas, menurut Asian Development Bank (ADB). Menetapkan batasan Usaha Kecil Menengah berdasarkan jumlah tenaga kerja dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Usaha Kecil : Jumlah tenaga kerja antara 5 sampai 19 orang.
- 2) Usaha Menengah : Jumlah tenaga kerja antara 20 hingga 99 orang.⁴⁴

⁴³ Susanti Wahyuningsih Siti Annisa Wahdiniawati, Riche Fermayani Luhgiatno, "Pengantar Bisnis," in *Eureka Media Aksara*, 2023, 266.

⁴⁴ Agustine Eva, "Persepsi Penggunaan Aplikasi Internet Untuk Pemasaran Produk Usaha Kecil Menengah," *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2022*, no. Snati (2022): 1907–5022.

c. Pengertian Daya Saing UMKM

Daya saing dapat dibedakan dalam berbagai tingkatan. Daya saing nasional mengacu pada kemampuan suatu Negara untuk memasarkan produk yang dihasilkan Negara terhadap kemampuan Negara lain. Selain itu, terdapat beberapa daya saing daerah yang mempunyai arti yang sama dengan daya saing nasional, namun pada skala daerah. Suatu daerah yang dapat bersaing dengan daerah lainnya dalam memproduksi dan memasarkan barang dan jasa disebut dengan mempunyai daya saing tinggi. Daya saing daerah adalah kemampuan perekonomian daerah dalam mencapai pertumbuhan tingkat kesejahteraan yang tinggi dan berkelanjutan dengan tetap terbuka pada persaingan domestic maupun internasional.⁴⁵

Daya saing UMKM sama dengan halnya daya saing perusahaan maupun daya saing daerah. Perbedaannya hanya terletak pada istilah yang digunakan tetapi maknanya tetap sama yaitu kemampuan yang dimiliki setiap entitas untuk meningkatkan kualitasnya agar dapat bertahan dan mengembangkan diri diantara entitas lain dalam suatu lingkungan. Dalam analogi diatas, maka daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah adalah kemampuan suatu mikro, kecil, dan menengah untuk tumbuh dan berkembang diantara entitas sejenis agar dapat merebut pasar, baik domestic maupun internasional dengan tetap mempertahankan kualitas pelayanan dan barang atau jasa yang diproduksi.

⁴⁵ Sinta Wulandari, "Pengaruh Sumber Daya Manusia, Kesiapan Modal, Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah," *Jurnal Ekonomi Manajemen* 3, no. 2 (2024): 268–78.

Persaingan bisnis secara sehat juga dijelaskan sebagai perilaku bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam, yakni pada Q.S. Al-Baqarah (2) ayat 148 :

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِيْهُمُ الْحَبِيْرَةُ اَيْنَ مَا تَكُوْنُوْنَ يَاۤ اَيُّهَا اللّٰهُ جَمِيْعًا اِنَّ اللّٰهَ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيْرٌ

Terjemahannya :

“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”.

Dari ayat Al-Quran diatas, menjelaskan tentang sebagai tentang sebagai umat Islam memang sudah seharusnya untuk selalu berlomba-lomba dalam hal kebaikan, maksud dari berlomba-lomba mencari rejeki dengan cara saling mengunggulkan atau mempromosikan usaha bisnisnya sesuai etika bisnis dalam Islam.

Dalam studi ini, daya saing memiliki tiga karakteristik, yakni potensi, proses, dan kinerja. Selain itu ketiga karakteristik tersebut, daya saing juga dicirikan oleh orientasi jangka panjang, kontrolabilitas, relativitas, dan dinamika.⁴⁶

d. Faktor-Faktor Pendukung Daya Saing

⁴⁶ Tedy Setiawan Saputra Terttiaavini, Lesi Hertati, Yosef Yulius, “Pelatihan Digital Marketing Dan Inovasi Produk Guna Meningkatkan Daya Saing Umkm Ikan Pedo Serbuk,” *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 8, no. 2 (2024): 2405, <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i2.21836>.

Menurut Tambunan, menyebutkan bahwa faktor-faktor penentu daya saing dari perusahaan ditentukan oleh beberapa faktor, diantaranya sebagai berikut :⁴⁷

1) Keahlian atau Tingkat Pendidikan Pekerja

Keahlian atau tingkat pendidikan pekerja merupakan hal yang paling mendominasi suatu usaha. Hal ini diyakini dengan adanya kemampuan seseorang dalam melakukan sesuatu yang sifatnya spesifik, fokus namun dinamis (keahlian). Keahlian ini juga dipicu oleh adanya tingkat pendidikan pekerja. Semakin tinggi tingkat pendidikan, maka semakin besar juga keahlian pekerja tersebut dalam mengaplikasikan ilmu yang didapat.

2) Keahlian Pengusaha

Keahlian pengusaha juga diperhatikan dalam usaha. Pengusaha harus memiliki keahlian yang lebih dengan pekerjaannya, diantaranya yaitu memiliki visi yang besar, ambisi untuk mencapai sesuatu, keberanian dalam berbagai hal serta kompetensi yang didukung dari tingkat pendidikan dan pengalaman. Dengan begitu keahlian pengusaha menjadi perhitungan dalam meningkatkan daya saing UMKM.

3) Ketersediaan Modal

⁴⁷ Yayat Sudrajat, Edwin Basmar, *Perekonomian Indonesia*.

Ketersediaan modal ini merupakan seberapa besar dana yang dibutuhkan suatu perusahaan untuk menjalankan operasional agar dapat menunjang produk yang dihasilkan.

4) Sistem Organisasi dan Manajemen

Sistem organisasi merupakan pondasi yang menjadikan sebuah kesuksesan dalam berbisnis sehingga sesuatu hal yang dapat merugikan bisnis akan dapat diminimalisir.

5) Ketersediaan Teknologi

Ketersediaan teknologi merupakan bagaimana suatu usaha dapat memanfaatkan teknologi yang berkembang dalam menjalankan aktifitas usahanya demi meningkatkan omset penjualan.

6) Ketersediaan Informasi

Ketersediaan Informasi merupakan informasi yang tersedia dalam mendapatkan hak akses informasi baik itu dari internet maupun media massa untuk menunjang aktifitas usaha dan menentukan keputusan dalam bersaing di dunia bisnis. Informasi ini dinilai dapat menjadi dasar untuk meningkatkan partisipasi.

e. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing

Menurut Harefaia, daya saing dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya sebagai berikut :⁴⁸

1) Lokasi

Lokasi merupakan hal penting yang diperhatikan dalam suatu usaha. Hal ini dikarenakan oleh manfaat yang akan diberikan oleh konsumen dalam memperoleh barang dan jasa. Para konsumen akan merasa senang apabila lokasi yang dicari tidak jauh dari pusat kota dan pastinya dekat dengan keramaian.

2) Harga

Harga merupakan jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas dasar manfaat-manfaat yang dimiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga ini juga menentukan apakah suatu usaha mikro, kecil dan menengah banyak dikunjungi konsumen atau tidak. Tidak hanya itu, pembeli akan memutuskan membeli produk yang dijual dengan membandingkan harga dengan pesaing lainnya.

3) Pelayanan

Pelayanan merupakan hal yang akan mendukung daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah. Pelayanan bukan hanya terdapat pada produk yang kita jual tetapi juga tempat parkir yang luas.

⁴⁸ Elvri Ranjani, Muhammad Iqbal Fasa, and Is Susanto, "Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Indonesia," *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 1 No :5, no. November (2024): 7443–52.

f. Indikator yang Mempengaruhi Daya Saing UMKM

Daya saing dapat dipengaruhi oleh produk yang dihasilkan maupun perusahaan itu sendiri. Indikator utama daya saing perusahaan terdiri dari beberapa macam. Diantaranya adalah sebagai berikut :

1) Kemampuan Sumber Daya Manusia

Merupakan hal yang penting dan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi maupun usaha.

2) Jenis Teknologi yang Digunakan

Setiap UMKM juga harus memperhatikan teknologi yang digunakan dalam memasarkan produk. Dengan begitu, teknologi ini dapat dijangkau oleh masyarakat dari berbagai kalangan.

3) Lingkungan Pesaing

Dalam beberapa hal, tidak dapat dipungkiri bahwa usaha yang dijalankan tidak terlepas dari banyaknya pesaing yang memiliki kelebihan lainnya.

4) Kepuasan Konsumen

Konsumen merupakan hal yang menjadikan aset berharga untuk meningkatkan kepercayaan terhadap produk yang digunakannya. Beberapa

orang yang telah memberikan nilai tinggi pada kepuasan diyakini dapat meningkatkan omset penjualan.

5) Produktivitas

Produktivitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan sesuatu. Usaha mikro, kecil, dan menengah diketahui memiliki produktivitas yang baik sehingga produk yang dihasilkan sangat berkualitas.

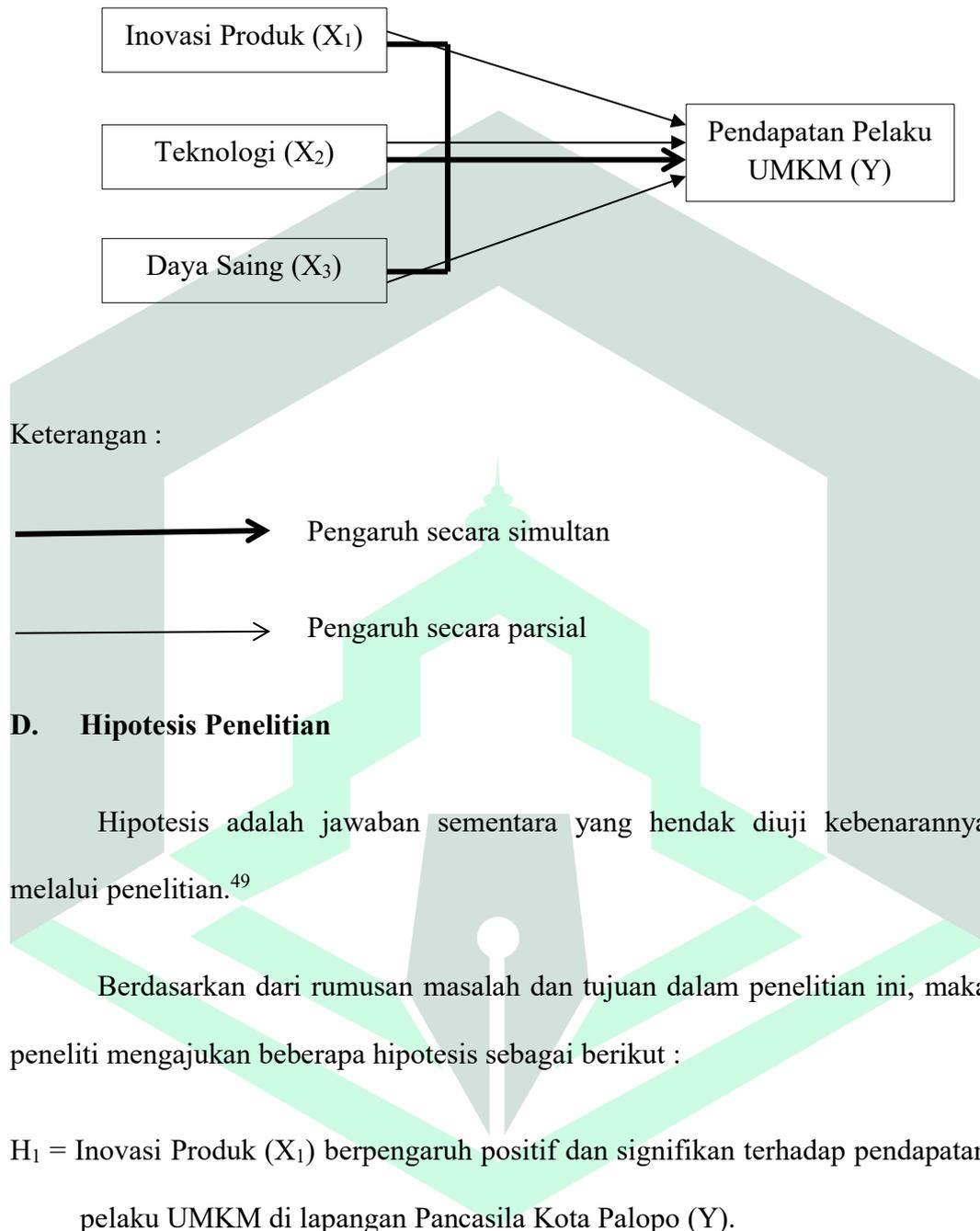
6) Potensi Wilayah

Potensi wilayah merupakan kemampuan suatu daerah yang sumber dayanya dapat digunakan, dieksploitasi dan diambil manfaatnya untuk dikembangkan secara lebih lanjut agar tercipta kemampuan wilayah yang memadai.

C. Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka pikir adalah bagian dari sebuah penelitian yang menggambarkan langkah-langkah pemikiran peneliti dalam merinci penelitian yang akan dilaksanakan. Kerangka pikir ini berfungsi untuk memberi arah dan fokus dalam penelitian serta mempermudah peneliti dalam merumuskan hipotesis. Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya serta teori-teori yang telah diajukan, maka disusun kerangka pikir guna memudahkan pelaksanaan penelitian yaitu sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian

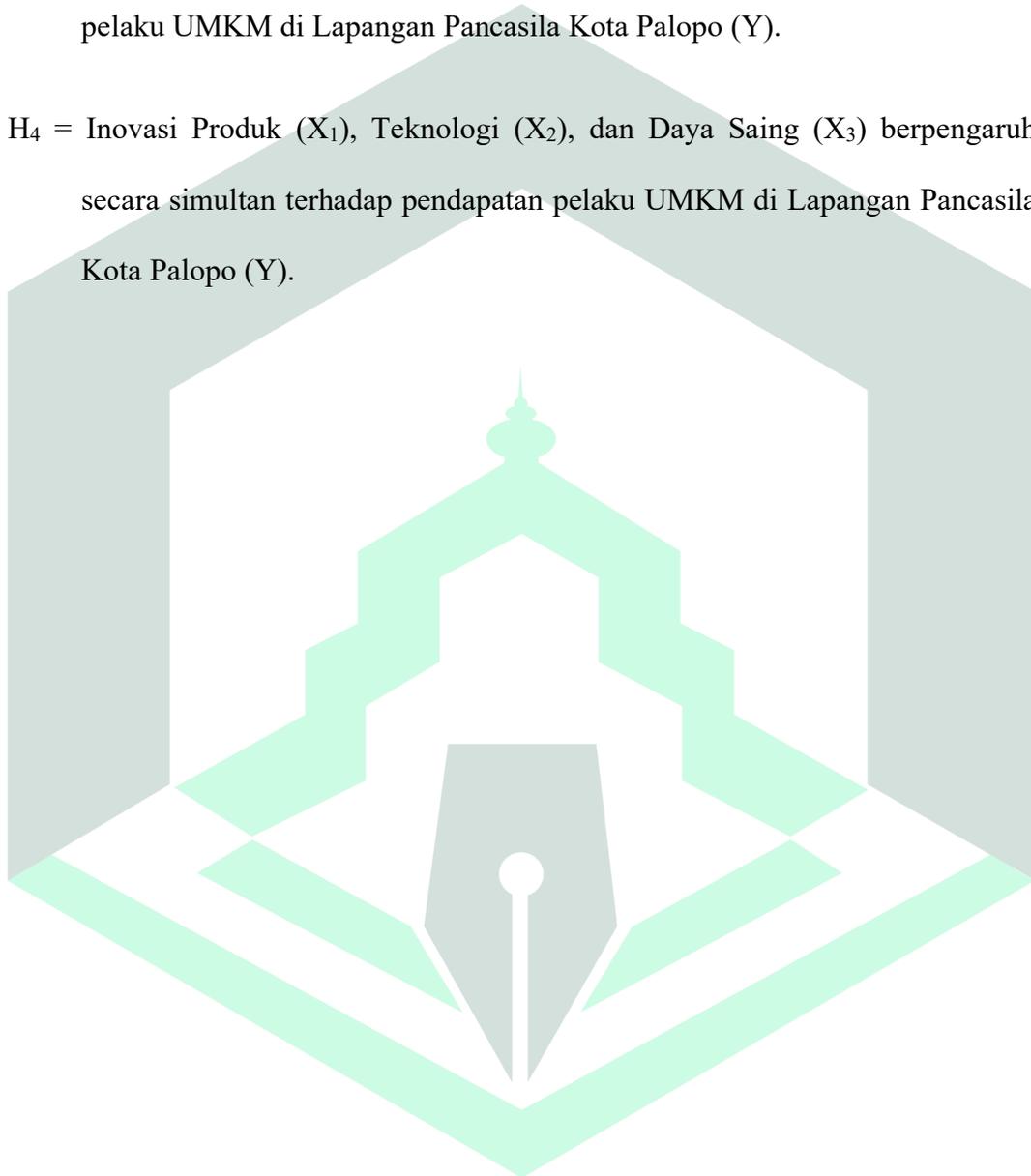


⁴⁹ Josua Panatap Primadi Candra Susanto, Dewi Ulfah Arini, Lily Yuntina, "Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka)," *Jurnal Ilmu Multidisplin* 3, no. 1 (2024): 1–12, <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>.

H₂ = Teknologi (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo (Y).

H₃ = Daya Saing (X₃) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo (Y).

H₄ = Inovasi Produk (X₁), Teknologi (X₂), dan Daya Saing (X₃) berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo (Y).



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Jenis penelitian ini lebih sistematis, terencana, terstruktur, jelas dari awal hingga akhir penelitian. Penelitian kuantitatif menggunakan data berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.⁵⁰

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo. Waktu penelitian yang digunakan dalam menyelesaikan penelitian ini yaitu pada bulan Februari sampai bulan April 2025.

C. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Pendapatan Pelaku UMKM (Y)	Pendapatan adalah peningkatan jumlah aktiva dan penurunan jumlah kewajiban yang dimiliki oleh sebuah organisasi, yang merupakan hasil dari penjualan barang dan jasa kepada pihak lain dalam periode tertentu.	1. Kesempatan kerja yang tersedia 2. Jenis Pekerjaan 3. Kecakapan dan keahlian 4. Motivasi 5. Keuletan dalam bekerja

⁵⁰ I Nurdianawati, "Uji Instrumen," *Metodologi Penelitian Kuantitatif* 1, no. 69 (2023): 5–24.

		6. Banyak sedikitnya modal yang digunakan. ⁵¹
Inovasi Produk (X_1)	inovasi produk merupakan suatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaingnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keunggulan relative (relative advantage) 2. Keserasian/kesesuaian (compatibility) 3. Kekomplekan (complexity) 4. Ketercobaan (trialability) 5. Keterlibatan (observability).⁵²
Teknologi (X_2)	Teknologi digital payment QRIS adalah sebuah inovasi sistem pembayaran yang ditetapkan oleh Bank Indonesia untuk memfasilitasi transaksi pembayaran di seluruh Indonesia dengan menggunakan QR Code.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Universal 2. Gampang 3. Untung 4. Langsung⁵³
Daya Saing (X_3)	Daya saing adalah suatu konsep yang umum digunakan didalam ekonomi, biasanya merujuk kepada komitmen terhadap persaingan pasar dalam kasus perusahaan-perusahaan dan keberhasilan dalam persaingan pasar dalam kasus Negara-negara	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan Sumber Daya Manusia 2. Jenis Teknologi yang digunakan 3. Lingkungan pesaing 4. Kepuasan konsumen 5. Produktivitas 6. Potensi Wilayah.

⁵¹ M. Rizky Dimas Ramadhan and Muhammad Yasin, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha UMKM Coffee Shop Di Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo."

⁵² Avriyanti, "Pengaruh Inovasi Produk Dan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada UMKM Bidang Kuliner Di Kabupaten Tabalong)."

⁵³ Mustagfiroh and Supriyadi, "Efektivitas Penggunaan QRIS Sebagai Media Pembayaran Dalam Meningkatkan Perkembangan UMKM Di Jepara."

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi (population) merupakan keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal-hal menarik yang ingin peneliti investigasi. Populasi adalah kelompok orang, kejadian, atau hal-hal menarik dimana peneliti ingin membuat opini (berdasarkan statistik sampel).⁵⁴ Dalam penelitian ini, populasi yang akan digunakan adalah 200 pelaku UMKM di lapangan Pancasila Kota Palopo.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan data, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Dalam penelitian ini populasi dan sampel jenuh yang diambil adalah seluruh pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo sebanyak 200 orang.

Sampling Jenuh adalah teknik pemilihan sampel semua anggota populasi dijadikan sampel.⁵⁵ Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik Sampling Jenuh, dimana semua populasi dalam penelitian ini dijadikan sampel.

⁵⁴ M.M Dr. Sigit Hemawan SE., M.Si, Amirullah SE., *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*, 2024.

⁵⁵ Wiwik Sulistiyowati, "Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian," *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 14, no. 1 (2023): 15–31, <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah salah satu teknik operasional yang digunakan untuk mengumpulkan data mengenai suatu objek melalui pengamatan langsung dan cermat, baik itu berkaitan dengan perilaku atau benda hidup maupun benda mati. Teknik ini melibatkan pengamatan serta pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang diteliti. Dalam pengertian yang lebih luas, observasi mencakup tidak hanya pengamatan langsung, tetapi juga pengamatan tidak langsung.⁵⁶

2. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada anggota sampel atau responden untuk dijawab. Metode ini efektif jika peneliti mengetahui variabel yang akan diukur dan harapan responden. Kuesioner atau angket dibagikan kepada para pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo.

F. Instrumen Penelitian

Pada Prinsipnya melakukan penelitian adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasa dinamakan instrument penelitian. Menurut Sugiyono instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.

⁵⁶ M. Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori Dan Aplikasi*, 2023.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrument penelitian yaitu kuesioner atau angket. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Angket yang digunakan dalam penelitian ini diberikan kepada para pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo sebagai responden untuk memperoleh data untuk penelitian.⁵⁷

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan.

Adapun alternatif pilihan yang disediakan skala Likert menurut sugiyono, yaitu :⁵⁸

Tabel 3.2 Pedoman Penskoran

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

G. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

⁵⁷ Dr. Sigit Hemawan SE., M.Si, Amirullah SE., *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*.

⁵⁸ Dr. Sigit Hemawan SE., M.Si, Amirullah SE.

Uji validitas adalah proses yang dirancang untuk menentukan apakah suatu pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner sebaiknya dihapus atau diganti karena dianggap tidak relevan. Menurut Ghazali, sebuah kuesioner dapat dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan di dalamnya dapat mengungkapkan sesuatu yang sebenarnya ingin diukur.⁵⁹ Uji validitas ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel dan dengan nilai $(\alpha) = 0,05$.

- a. Jika r hitung $>$ dari r tabel dan bernilai positif, maka dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung $<$ dari r tabel maka pernyataan dapat dikatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah kemampuan kuesioner sebagai alat ukur yang berfungsi sebagai indikator dari suatu variabel atau konstruk. Kuesioner dianggap reliabel atau dapat diandalkan jika respons individu terhadap suatu pernyataan menunjukkan konsistensi atau stabilitas dari waktu ke waktu. Reliabilitas dapat diukur melalui dua pendekatan, yaitu dengan melakukan pengukuran yang berulang atau dengan melakukan pengukuran tunggal. Untuk mengukur penelitian agar dapat dikatakan reliabel dengan uji statistik Cronbach Alpha pada SPSS. Suatu konstruk dikatakan jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,70$.⁶⁰

H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah :

⁵⁹ Afrianti Wahyu Sugiono, Noerdjanah, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation," *Jurnal Keterampilan Fisik* 5, no. 1 (2023): 55–61, <https://doi.org/10.37341/jkf.v5i1.167>.

⁶⁰ Sugiono, Noerdjanah.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan menggambarkan atau mendiskripsikan dan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.⁶¹ Dalam analisis deskriptif ini, peneliti akan mendeskripsikan jawaban-jawaban yang diberikan dalam kuesioner.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi variabel terikat dan variabel bebas memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Dalam pengujian data berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan uji kolmogrov-smirnov. Data dikatakan diterima apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 pada ($p > 0,05$). Sebaliknya apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ($p < 0,05$) maka data dikatakan ditolak.

b. Uji Linearitas

Uji Linearitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui antara variabel terikat (Y) dan variabel (X) mempunyai hubungan yang linear. Kriteria pengujiannya adalah dengan melihat nilai *test of linearity*, jika nilai signifikansi

⁶¹ Dr. Sigit Hemawan SE., M.Si, Amirullah SE., *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*.

pada $linearity < 0,05$ maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linier.⁶²

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.⁶³ Untuk menguji apakah ada multikolinearitas dapat dilakukan dua cara yaitu sebagai berikut :

- 1) Melihat nilai *Tolerance*
 - a) Jika nilai *tolerance* $> 0,100$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
 - b) Jika nilai *tolerance* $< 0,100$ maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- 2) Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)
 - a) Jika nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinearitas
 - b) Jika nilai VIF $> 10,00$ maka terjadi multikolinearitas

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

⁶² Dr. Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian, Divisi Buku Perguruan Tinggi*, vol. 11, 2019, <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017>.

⁶³ Sugiono, Noerdjanah, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation."

Apabila model regresi dari residual tetap antara satu pengamatan dengan lainnya maka disebut homokedastisitas, uji yang baik ialah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dikatakan signifikan apabila memiliki tingkat signifikan $> 0,05$.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda ialah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_3) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan positif antara variabel independen dengan variabel dependen.

Persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Rumus : } Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y : variabel terikat

$X_1X_2X_3$: variabel bebas

a : konstanta (apabila nilai x sebesar 0, maka Y akan sebesar konstanta)

$B_1B_2B_3$: koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

e : nilai residu

4. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan penelitian, rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk pernyataan. Hipotesis dibagi menjadi dua yaitu :

- a. Pertama, hipotesis nol (H_0) hipotesis nol ialah suatu pernyataan yang tidak ditolak jika data sampel tidak memberikan cukup bukti yang meyakinkan bahwa datanya adalah salah.
- b. Kedua, hipotesis alternative (H_a) adalah suatu pernyataan yang diterima jika data populasi atau sampel memberikan bukti bahwa hipotesis nol adalah salah.

5. Uji t (Parsial)

Uji ini bertujuan untuk mengukur pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen secara individual. Untuk melakukan analisis tersebut, langkah-langkah yang dapat diikuti adalah sebagai berikut:

Pertama, bandingkan nilai t yang diperoleh dengan nilai t tabel. Apabila nilai t yang dihitung lebih besar dari nilai t tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai t yang dihitung lebih kecil dari nilai t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Membandingkan nilai signifikan probabilitas 0,05 apabila nilai signifikan $< 0,05$ artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikan $> 0,05$ artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

6. Uji F (Simultan)

Uji simultan dilakukan untuk mengkaji pengaruh bersama dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam prosedur uji F, angka F yang dihasilkan dibandingkan dengan nilai F tabel, serta nilai signifikansi ditetapkan pada 0,05. Jika hasilnya menunjukkan bahwa angka F lebih kecil dari F tabel dan nilai signifikansinya di atas 0,05, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.

7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dan merupakan metode yang umum digunakan untuk menunjukkan koefisien determinasi. Apabila koefisien determinasi dalam model regresi tetap kecil atau mendekati nol, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat relatif lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien mendekati 100%, ini mengindikasikan bahwa pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat cukup signifikan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Lapangan Pancasila menjadi tempat yang sering dikunjungi untuk berbagai aktivitas, mulai dari perayaan besar seperti Hari Raya Idul Fitri dan upacara HUT RI, hingga ajang pameran kebudayaan dan Lomba MTQ. Selain itu, lapangan ini juga digunakan oleh pengunjung untuk kepentingan pribadi, seperti berjogging. Pemerintah telah menyediakan jogging track di sekeliling lapangan yang diwarnai dengan warna-warna cerah, sehingga semakin memperindah kawasan tersebut.

Lapangan yang terletak tepat di belakang Kantor Wali Kota Palopo dan di depan Kantor DPRD Palopo ini semakin ramai dikunjungi oleh warga pada pagi, siang, dan sore hari. Setiap pagi, banyak orang datang untuk jogging atau sekadar berjalan santai, dan suasana yang sama juga terlihat pada sore hari. Ketika malam tiba, lapangan ini dipenuhi oleh anak muda, terutama pada malam Minggu. Setiap sore, tepi Lapangan Pancasila dipadati oleh para pedagang yang menawarkan berbagai minuman, seperti kopi, es teh, jus, dan es krim, serta makanan lezat seperti bakso bakar, lumpia, nasi goreng, sate, pisang epe, somay, tahu benjou, gado-gado, dan dim sum. Rata-rata pendapatan para pedagang per hari berkisar antara Rp 300. 000 hingga Rp 1. 000. 000.

Kawasan lapangan pancasila Palopo kini menjadi pusat keramaian khususnya di malam hari. Kondisi ini menjadi berkah tersendiri bagi para pelaku UMKM. Adapun jumlah pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo pada tahun 2024 yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.1 Jumlah UMKM Lapangan Pancasila

Jenis UMKM Lapangan Pancasila	Jumlah
Makanan	62
Minuman	38
Makanan dan Minuman	100
Total	200

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palopo

Para pelaku usaha merupakan kebijakan dari pemerintah kota Palopo, yang dapat memberikan peluang terhadap pelaku-pelaku usaha kecil demi meningkatkan perkembangan ekonomi baik dari segi individu maupun kelompok. Peluang yang diberikan sangat dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM, sehingga dapat memberikan mereka kesempatan untuk menjual produk yang mereka promosikan dan memberikan kepuasan kepada konsumen.

Masyarakat yang berkunjung ke lapangan pancasila memiliki rasa kepuasan tersendiri dikarenakan hadirnya para pedagang yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka terutama pada makanan dan minuman. Dengan adanya pelaku usaha ditempat tersebut pengunjung tidak perlu merasa repot untuk mencari produk yang mereka inginkan sebab di

lapangan pancasila tersebut telah menyiapkan produk-produk yang diinginkan dan dibutuhkan oleh masyarakat kota Palopo.

2. Hasil Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
19-25	54	27.0	27.0	27.0
26-35	51	25.5	25.5	52.5
36-45	67	33.5	33.5	86.0
46-55	28	14.0	14.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber : Data primer diolah SPSS, 2025

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa kelompok usia pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo menunjukkan variasi yang signifikan. Kelompok usia 36-45 tahun menempati posisi teratas dengan persentase mencapai 33,5%, diikuti oleh kelompok usia 19-25 tahun yang berkontribusi sebesar 27.0%, serta kelompok usia 26-35 tahun dengan persentase 25,5%.

Dominasi kelompok usia 36-45 tahun mencerminkan bahwa pelaku UMKM di kawasan ini sebagian besar terdiri dari individu yang berada dalam fase usia produktif, yang cenderung memiliki pengalaman lebih dalam menjalankan usaha mereka.

Disisi lain, kehadiran kelompok muda antara 19-35 tahun yang mencapai 52,5% menunjukkan adanya potensi yang besar dalam

mengembangkan usaha, mengingat generasi ini umumnya lebih terbuka terhadap perubahan dan trend terbaru.

Sementara itu kelompok usia 46-55 tahun dengan persentase 14,0% mungkin menghadapi tantangan tersendiri dalam mengembangkan usaha untuk meningkatkan pendapatan mereka dibandingkan dengan generasi yang lebih muda.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Makanan	62	31.0	31.0	31.0
Minuman	38	19.0	19.0	50.0
Makanan dan Minuman	100	50.0	50.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo bergerak dibidang usaha makanan dengan persentase sebesar 31,0%, selain usaha makanan, usaha minuman juga memiliki kontribusi yang signifikan dengan persentase 19,0% responden yang bergelut dibidang ini dan sebanyak 50,0% responden memiliki usaha yang menggabungkan penjualan makanan dan minuman.

Secara keseluruhan, data menunjukkan bahwa sektor kuliner baik makanan maupun minuman merupakan sektor utama yang digeluti oleh pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo.

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 Tahun	23	11.5	11.5	11.5
2 Tahun	41	20.5	20.5	32.0
3 Tahun	51	25.5	25.5	57.5
4 Tahun	32	16.0	16.0	73.5
5 Tahun	37	18.5	18.5	92.0
6 Tahun	12	6.0	6.0	98.0
7 Tahun	4	2.0	2.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah SPSS,2025

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo memiliki usaha yang telah berjalan selama 3 tahun, dengan persentase sebesar 25,5%. Hal ini menunjukkan bahwa periode 3 tahun merupakan fase yang cukup umum bagi pelaku UMKM dilokasi ini. Selain itu, usaha dengan usia 2 tahun juga memiliki kontribusi yang signifikan dengan persentase 20,5% yang memiliki usaha dengan usia tersebut.

Adanya beberapa pelaku UMKM yang baru memulai usaha (1 tahun) hingga telah memiliki usaha yang cukup mapan (7 tahun). Hal ini menunjukkan bahwa adanya keberagaman pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo. Secara keseluruhan, data menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo memiliki usaha yang telah berjalan antara 1 hingga 7 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mereka telah memiliki pengalaman yang cukup dalam menjalankan usaha mereka.

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perhari

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
101.000-300.000	27	13.5	13.5	13.5
301.000-400.000	34	17.0	17.0	30.5
401.000-500.000	68	34.0	34.0	64.5
501.000-600.000	22	11.0	11.0	75.5
601.000-700.000	13	6.5	6.5	82.0
701.000-800.000	13	6.5	6.5	88.5
801.000-900.000	3	1.5	1.5	90.0
901.000-1.000.000	20	10.0	10.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah SPSS,2025

Dari tabel diatas dapat di pahami bahwa mayoritas pelaku UMKM di Lapangan Pancasila memiliki pendapatan harian sebesar Rp.401.000-500.000, dengan persentase mencapai 34,0%. Hal ini menunjukkan bahwa angkat tersebut merupakan pendapatan yang paling umum diantara para pelaku UMKM di lokasi ini. Selain itu, terdapat pendapatan pelaku UMKM dengan jumlah yang cukup rendah dikisaran Rp.101.000-300.000 dengan persentase 13,5% dan dengan jumlah yang cukup besar dikisaran Rp.901.000-1.000.000 dengan persentase 10,0% Ini menunjukkan adanya variasi pendapatan diantara para pelaku UMKM.

Dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo memiliki pendapatan harian yang cukup stabil, yaitu dikisaran Rp.401.000-500.000. Namun, perlu diperhatikan bahwa terdapat juga kelompok memperoleh pendapatan yang lebih rendah dan lebih tinggi.

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Teknologi Yang Digunakan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
QRIS	34	17.0	17.0	17.0
Sosial Media (Instagram, Tiktok, Fb)	14	7.0	7.0	24.0
Content Creator	2	1.0	1.0	25.0
QRIS dan Sosial Media (Instagram, Tiktok, Fb)	134	67.0	67.0	92.0
QRIS dan Content Creator	16	8.0	8.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah SPSS,2025

Dari tabel diatas hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo telah menggunakan teknologi pembayaran digital QRIS, dengan persentase mencapai 17,0% yang menggunakan QRIS secara tunggal dan 67,0% yang mengkombinasikannya dengan media sosial. Ini menandakan bahwa QRIS telah menjadi alat pembayaran yang umum digunakan dilokasi ini. Selain QRIS, media sosial juga cukup populer dikalangan pelaku UMKM, dengan persentase 7,0% yang menggunakannya secara tunggal dan 67,0% yang mengkombinasikannya dengan QRIS. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam pemasaran dan promosi usaha mereka.

Penggunaan jasa content creator masih relative rendah, dengan hanya 1,0% pelaku UMKM yang menggunakannya secara tunggal dan 8,0% yang mengkombinasikannya dengan QRIS. Dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo telah cukup paham teknologi, terutama dalam hal pembayaran digital dan pemasaran online. Penggunaan

QRIS dan sosial media memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo.

3. Hasil Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Inovasi (X1)	X1.1	0,593	0,138	Valid
	X1.2	0,619		Valid
	X1.3	0,661		Valid
	X1.4	0,623		Valid
	X1.5	0,665		Valid
	X1.6	0,667		Valid
	X1.7	0,560		Valid
	X1.8	0,697		Valid
	X1.9	0,683		Valid
	X1.10	0,632		Valid
Teknologi (X2)	X1.11	0,599	0,138	Valid
	X2.1	0,589		Valid
	X2.2	0,609		Valid
	X2.3	0,641		Valid
	X2.4	0,636		Valid
	X2.5	0,619		Valid
	X2.6	0,650		Valid
	X2.7	0,692		Valid
	X2.8	0,673		Valid
	X2.9	0,679		Valid
	X2.10	0,659		Valid
Daya Saing (X3)	X2.11	0,595	0,138	Valid
	X3.1	0,630		Valid
	X3.2	0,696		Valid
	X3.3	0,666		Valid
	X3.4	0,744		Valid
	X3.5	0,692		Valid
	X3.6	0,699		Valid
	X3.7	0,619		Valid
	X3.8	0,652		Valid
	X3.9	0,622		Valid
	X3.10	0,637		Valid
	X3.11	0,717		Valid
	X3.12	0,613		Valid
	X3.13	0,709		Valid
X3.14	0,618	Valid		

	Y.1	0,639		Valid
	Y.2	0,659		Valid
	Y.3	0,636		Valid
	Y.4	0,640		Valid
	Y.5	0,666		Valid
Pendapatan Pelaku UMKM (Y)	Y.6	0,655		Valid
	Y.7	0,680	0,138	Valid
	Y.8	0,647		Valid
	Y.9	0,667		Valid
	Y.10	0,719		Valid
	Y.11	0,634		Valid
	Y.12	0,724		Valid
	Y.13	0,694		Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS,2025

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas, seluruh item dari variabel Inovasi (X1), Teknologi (X2), Daya Saing (X3), dan Pendapatan Pelaku UMKM (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,138. Sehingga seluruh instrument penelitian dinyatakan valid, dapat mengukur variabel dengan baik, dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

2) Uji Reliabilitas

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Inovasi (X1)	0,852	Reliabel
Teknologi (X2)	0,855	Reliabel
Daya Saing (X3)	0,903	Reliabel
Pendapatan Pelaku UMKM (Y)	0,895	Reliabel

Sumber: Data primer diolah SPSS,2025

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas di atas, menunjukkan bahwa semua variabel, yaitu Inovasi (X1), Teknologi (X2), Daya Saing (X3), dan Pendapatan Pelaku UMKM (Y), memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas

0,70. Sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel, konsisten dalam pengukuran, dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

4. Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.91495735
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.044
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

Berdasarkan uji normalitas dengan *Kolmogorov –Smirnov* pada tabel diatas nilai signifikansi sebesar 0.200 yang lebih besar dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa data residual terdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas dalam model regresi terpenuhi dan dianggap valid untuk analisis lebih lanjut.

2) Uji Linearitas

Tabel 4.10 Uji Linearitas Inovasi

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between	(Combined)	3832.771	20	191.639	11.583	<,001
Groups	Linearity	3476.735	1	3476.735	210.147	<,001

	Deviation from Linearity	356.036	19	18.739	1.133	.322
Within Groups		2961.424	179	16.544		
Total		6794.195	199			

Sumber: Data primer diolah SPSS,2025

Berdasarkan tabel di atas hasil uji menunjukkan nilai signifikansi *linearity* sebesar 0.001 yang lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Inovasi dan Pendapatan Pelaku UMKM bersifat linear.

Tabel 4.11 Uji Linearitas Teknologi

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	(Combined)	4116.620	20	205.831	13.760	<,001
	Linearity	3646.269	1	3646.269	243.759	<,001
	Deviation from Linearity	470.351	19	24.755	1.655	.048
Within Groups		2677.575	179	14.959		
Total		6794.195	199			

Sumber: Data primer diolah SPSS,2025

Berdasarkan tabel di atas hasil uji menunjukkan nilai signifikansi *linearity* sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa hubungan antara Teknologi dan Pendapatan Pelaku UMKM bersifat linear.

Tabel 4.12 Uji Linearitas Daya Saing

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	(Combined)	5010.358	27	185.569	17.893	<,001
	Linearity	4658.557	1	4658.557	449.185	<,001

	Deviation from Linearity	351.801	26	13.531	1.305	.160
Within Groups		1783.837	172	10.371		
Total		6794.195	199			

Sumber: Data primer diolah SPSS,2025

Berdasarkan tabel di atas hasil uji menunjukkan nilai signifikansi *linearity* sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Daya Saing dan Pendapatan Pelaku UMKM bersifat linear.

3) Uji Multikolenaritas

Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolenaritas

	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error			Tolerance	VIF
(Constant)	3.403	1.751	1.944	.053		
Inovasi	.139	.085	1.634	.104	.318	3.142
Teknologi	.228	.079	2.874	.004	.319	3.134
Daya Saing	.547	.058	9.455	<,001	.361	2.768

Sumber: Data primer diolah SPSS,2025

Berdasarkan tabel di atas hasil uji menunjukkan bahwa nilai Tolerance untuk semua variabel independen yaitu inovasi, teknologi dan daya saing berada diatas 0,10 atau $> 0,10$ dan nilai VIF dibawah 10,00 atau $< 10,00$. Hal ini menunjukkan tidak terjadi multikolenaritas diantara variabel independen, sehingga model regresi bebas dari masalah multikolenaritas.

4) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.14 Hasil Uji Glejser

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.058	1.170		-.050	.961
Inovasi	-.051	.057	-.112	-.899	.370
Teknologi	.100	.053	.235	1.895	.060
Daya Saing	.014	.039	.044	.373	.709

Sumber: Data primer diolah SPSS,2025

Berdasarkan tabel di atas hasil uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki nilai signifikansi diatas 0,05, Sehingga tidak adanya masalah heteroskedastisitas dalam model regresi serta dianggap valid dan model regresi memenuhi asumsi klasik.

3. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.519	1.777		2.543	.012
	Inovasi	.259	.081	.215	3.199	.002
	Teknologi	.372	.082	.332	4.543	<.001
	DayaSaing	.308	.052	.362	5.917	<.001

Sumber: Data primer diolah SPSS,2025

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil uji regresi linier berganda, maka persamaan regresi yang diperoleh :

$$Y = 4,519 + 0,259X_1 + 0,372X_2 + 0,308X_3 + e$$

Dengan kesimpulan sebagai berikut :

- a. Nilai Konstanta yang diperoleh sebesar 4,519 memiliki nilai positif, maka bisa diartikan jika variabel independen (Inovasi, Teknologi dan Daya Saing) bernilai konstan 0 (nol) maka variabel dependen (Pendapatan Pelaku UMKM) diperkirakan sebesar 4,519.
- b. Nilai Koefisien Inovasi bernilai positif sebesar 0,259 yang berarti bahwa jika Inovasi (X1) meningkat maka Pendapatan Pelaku UMKM (Y) juga akan meningkat sebesar 0,259, begitu juga sebaliknya.
- c. Nilai Koefisien Teknologi bernilai positif sebesar 0,372 yang berarti bahwa jika teknologi (X2) meningkat maka Pendapatan Pelaku UMKM (Y) juga akan meningkat sebesar 0,372, begitupun sebaliknya.
- d. Nilai Koefisien Daya Saing bernilai positif sebesar 0,308 yang berarti bahwa jika Daya Saing (X3) meningkat maka Pendapatan Pelaku UMKM (Y) juga akan meningkat sebesar 0,308, begitu juga sebaliknya.

4. Hasil Uji Hipotesis

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.826 ^a	.683	.678

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2025

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,683, yang berarti variabel inovasi, teknologi, dan daya saing secara

bersama-sama mampu menjelaskan variasi pendapatan pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo sebesar 68,3%. Sisanya 31,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Kesimpulannya bahwa inovasi, teknologi, dan daya saing memiliki kontribusi yang cukup signifikan dalam mempengaruhi pendapatan pelaku UMKM.

5. Hasil Uji F (Simultan)

Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4220.344	3	1406.781	140.698	.001 ^b
Residual	1959.721	196	9.999		
Total	6180.065	199			

Sumber: Data primer diolah SPSS,2025

Berdasarkan hasil tabel uji F di atas, nilai F hitung sebesar 140,698 dengan nilai signifikansi 0,001. Jika F hitung sebesar 140,698 dan F tabel sebesar 2,65 (df1=196 dan df2=3), maka $140,698 > 2,65$ dan $0,001 < 0,05$, artinya H_0 ditolak dan H_4 diterima. Hal ini berarti bahwa secara simultan, Inovasi Produk, Teknologi dan Daya Saing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo.

6. Hasil Uji t (Parsial)

Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.519	1.777		2.543	.012

Inovasi	.259	.081	.215	3.199	.002
Teknologi	.372	.082	.332	4.543	<,001
DayaSaing	.308	.052	.362	5.917	<,001

Sumber: Data primer diolah SPSS,2025

Berdasarkan tabel diatas hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa:

- a. Variabel Inovasi memiliki nilai t hitung sebesar 3,199 dengan nilai signifikansi <0,002. Karena t hitung > t tabel (3,199 > 1,653) dan signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima. Yang artinya Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM.
- b. Variabel Teknologi memiliki nilai t hitung sebesar 4,543 dengan nilai signifikansi < 0,001. Karena t hitung > t tabel (4,543 > 1,653) dan signifikansi lebih keil dari 0,05 maka H0 ditolak dan H2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Teknologi berpengaruh positif terhadap Pendapatan Pelaku UMKM.
- c. Variabel Daya Saing memiliki nilai t hitung sebesar 5,917 dengan nilai signifikansi < 0,001. Karena t hitung > t tabel (5,917 > 1,653) dan signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H0 ditolak dan H3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa Daya Saing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM.

Dari hasil uji parsial ini, dapat disimpulkan bahwa variabel Inovasi, Teknologi dan Daya Saing memiliki pengaruh signifikan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 3,199 dan nilai signifikansi 0,002 yang berarti lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan kata lain, hasil penelitian ini memberikan bukti kuat bahwa inovasi memainkan peran penting dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo dan menegaskan bahwa UMKM yang aktif berinovasi cenderung memiliki pendapatan yang lebih tinggi. Dari temuan ini dapat dipahami bahwa pentingnya mendorong pelaku UMKM untuk terus berinovasi dalam produk bisnis mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori inovasi yang dikemukakan oleh Joseph Schumpeter, yang menekankan bahwa inovasi merupakan pendorong utama pertumbuhan ekonomi dan juga Joseph Schumpeter menyatakan bahwa ekonomi tidak hanya bergantung pada akumulasi modal atau tenaga kerja tetapi juga pada kemampuan untuk berinovasi.⁶⁴ Dalam konteks penelitian ini, nilai t-hitung sebesar 3,199 dan signifikansi 0,002 yang membuktikan bahwa inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo.

⁶⁴ Rijal Assidiq Mulyana, "Kritik Atas Pandangan Inovasi-Kewirausahaan J.A. Schumpeter," *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 11, no. 3 (2023): 243–53, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jupe/index>.

Temuan ini mengkonfirmasi bahwa prinsip inovasi Schumpeter tidak hanya berlaku pada skala ekonomi makro, tetapi juga relevan dalam konteks UMKM. Inovasi dalam bentuk pengembangan produk baru terbukti menjadi faktor penentu dalam peningkatan pendapatan UMKM.

Selain itu, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Berlin Silaban, Agus Suharto dan Suhendri (2022) dengan judul penelitian “Peran UMKM Pembuatan Makanan Ringan dan Inovasi Produk Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Di Kota Tangerang”, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Inovasi produk berpengaruh secara positif terhadap penambahan ekonomi masyarakat di Kota Tangerang.⁶⁵

2. Pengaruh Teknologi Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Teknologi memiliki pengaruh signifikan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 4,543 dan nilai signifikansi 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dengan kata lain, penggunaan teknologi oleh pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pendapatan mereka dan menegaskan bahwa pelaku UMKM yang menggunakan teknologi dalam operasional mereka cenderung meraih pendapatan yang lebih tinggi. Maka dari itu pentingnya mendorong pelaku

⁶⁵ Berlin, Suharto, and Suhendri, “UMKM Pembuatan Makanan Ringan Dan Inovasi Produk Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Dikota Tangerang.”

UMKM untuk memanfaatkan teknologi seperti platform digital (Instagram, Tiktok, Fb), atau sistem pembayaran elektronik (QRIS), guna meningkatkan efisiensi dan memperluas jangkauan pasar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori difusi inovasi yang digagas oleh Everett Rogers, yang menyatakan bahwa adopsi teknologi dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi, ketika individu atau organisasi mengadopsi inovasi, mereka seringkali menemukan cara-cara baru untuk melakukan pekerjaan yang dapat mengurangi biaya dan meningkatkan hasil.⁶⁶ Dalam konteks UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo, nilai t-hitung sebesar 4,543 dan signifikansi 0,001 yang membuktikan bahwa teknologi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan. Temuan ini mengkonfirmasi bahwa prinsip difusi inovasi berlaku dalam konteks UMKM, dimana adopsi teknologi seperti platform penjualan daring, sistem pembayaran digital terbukti meningkatkan pendapatan.

Selain itu, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ade Fitria Sukma Ardini dan Arif Nugroho Rachman (2024) dengan judul penelitian “Pengaruh Modal, Teknologi, Tingkat Pendidikan dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Sukoharjo. Dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara parsial Teknologi berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Sukoharjo.⁶⁷ Hal ini juga sejalan dengan faktor teknologi yang digunakan oleh pelaku UMKM di

⁶⁶ Asiva Noor Rachmayani, “Teori Media Atau Teori Difusi Inovasi,” *Jurnal Ekonomi* 6, no. 3 (2022): 6.

⁶⁷ Ardini and Rachman, “Pengaruh Modal, Teknologi, Tingkat Pendidikan Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Umkm Di Kabupaten Sukoharjo.”

Lapangan Pancasila Kota Palopo dimana para pelaku usaha cenderung menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran dan menggunakan media sosial seperti instagram, tiktok dan facebook untuk mempromosikan produk mereka dikalangan luas.

3. Pengaruh Daya Saing Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Di Lapangan Pancasila Kota Palopo

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Daya Saing memiliki pengaruh signifikan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 5,917 dan nilai signifikansi 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dengan kata lain bahwa daya saing memainkan peran krusial dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo dan menegaskan bahwa UMKM yang memiliki daya saing yang kuat cenderung memiliki pendapatan yang lebih tinggi. Dan juga pentingnya bagi pelaku UMKM untuk terus meningkatkan daya saing mereka melalui berbagai strategi seperti peningkatan inovasi produk penggunaan teknologi dan yang lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori keunggulan kompetitif yang dikemukakan oleh Michael Porter, yang menekankan bahwa daya saing merupakan faktor penentu keberhasilan suatu usaha dalam pasar kompetitif.⁶⁸ Dalam konteks UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo, nilai t-hitung sebesar 5,917 dan signifikansi 0,001 secara empiris membuktikan bahwa daya

⁶⁸ Sufiana Fahmi et al., "Analisis Keunggulan Kompetitif Dan Keunggulan Komparatif Dalam Strategi Bisnis," *Jurnal Ekonomi Manajemen* 28, no. 12 (2024): 147–53.

saing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan. Temuan ini menyatakan bahwa kemampuan untuk menawarkan produk atau layanan yang lebih baik, lebih efisien, atau lebih inovatif dibanding pesaing, terbukti meningkatkan pendapatan. Hal ini juga menunjukkan bahwa UMKM yang mampu membangun dan mempertahankan keunggulan kompetitif akan memiliki posisi yang lebih kuat dalam pasar.

Selain itu, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani Dika Maulana, Pardiman dan Nanik Wahyuningtiyas (2024) dengan judul penelitian “Pengaruh Praktik MSDM Terhadap Daya Saing Pada Pelaku UMKM Di Dusun Rejoso Desa Junrejo”, Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing pelaku UMKM di Dusun Rejoso Desa Junrejo.⁶⁹ Hal ini juga sejalan dengan faktor daya saing yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo, dimana mereka masing-masing berusaha untuk membuat produk yang diminati oleh masyarakat sehingga dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Pelaku usaha yang semakin bertambah disetiap harinya dengan membawa produk yang lebih trend daripada pelaku usaha yang sudah lama menjual di kawasan Lapangan Pancasila sehingga penting untuk meningkatkan inovasi produk agar lebih unggul dan dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya.

⁶⁹ Damayanti, Arifin, and Rahmawati, “Pengaruh Praktik MSDM Terhadap Daya Saing Pada Pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Di Dusun Rejoso Desa Junrejo.”

4. Pengaruh Simultan Inovasi, Teknologi Dan Daya Saing Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa secara bersama-sama, variabel Inovasi, Teknologi dan Daya Saing memiliki pengaruh signifikan terhadap Pendapatan Pelaku UMKM dengan nilai F-hitung sebesar 140,698 dan signifikansi 0,001, maka H_0 ditolak dan H_4 diterima. Hal ini berarti bahwa pendapatan pelaku UMKM tidak hanya bergantung pada satu faktor tertentu. Inovasi Produk yang lebih unggul, lebih ikut trend membuat masyarakat lebih tertarik dan pastinya membeli produk yang kita tawarkan, Teknologi yang semakin canggih dengan penggunaan alat digital dalam membayar seperti penggunaan QRIS yang lebih mempermudah masyarakat yang malas untuk membawa uang cash dan Daya Saing antar pelaku usaha yang membuat pelaku usaha harus selalu mengembangkan produk mereka agar lebih terpercaya dan lebih unggul dikalangan masyarakat luas.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh Inovasi, Teknologi dan Daya Saing Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Secara parsial Inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo. Semakin berkembangnya suatu produk yang ditawarkan semakin banyak pula masyarakat yang tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.
2. Secara parsial Teknologi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di lapangan Pancasila Kota Palopo. Masyarakat cenderung lebih senang melakukan pembayaran digital seperti QRIS dibandingkan membawa uang cash. Sehingga lebih memilih belanja di tempat yang menyediakan pembayaran digital.
3. Secara parsial Daya Saing berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo, dimana lebih sering pelaku usaha mengembangkan produk yang dimiliki maka akan bisa bersaing dengan para pelaku usaha lainnya.
4. Secara simultan variabel Inovasi, Teknologi, dan Daya Saing berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut :

1. Bagi pelaku UMKM disarankan untuk terus berinovasi dalam produk mereka agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar yang terus berubah. Pelaku UMKM juga perlu mengikuti pelatihan workshop tentang penggunaan teknologi digital dalam bisnis agar dapat memperluas jangkauan pasar dan memperbaiki layanan pelanggan. Pelaku UMKM juga perlu membangun jaringan dan kerja sama dengan pelaku UMKM lain untuk meningkatkan daya saing kolektif.
2. Bagi Pemerintah Kota Palopo disarankan untuk melakukan sosialisasi mengenai pemahaman tentang UMKM kepada masyarakat dan menyediakan program pelatihan serta pendampingan yang berkelanjutan bagi pelaku UMKM dalam hal inovasi, teknologi dan manajemen bisnis, Mengadakan program-program bantuan keuangan atau hibah untuk UMKM yang berpotensi. Serta mengadakan kegiatan promosi rutin untuk mengenalkan produk UMKM lokal kepada masyarakat luas dan wisatawan.
3. Bagi Penelitian Selanjutnya dapat dilakukan dengan metode kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan UMKM, dan meneliti faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi pendapatan UMKM, seperti faktor sosial dan budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alan Aldo Powa, Johannis E. Kaawoan, and Fanley N. Pangemanan. “Pemanfaatan Teknologi Dan Informasi Di Dinas Komunikasi Dan Informatika Statistik Dan Persandian Di Kabupaten Minahasa Tenggara.” *Governance* 1, no. 2 (2024): 1. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/governance/article/view/35164%0A>.
- Ardini, Ade Fitria Sukma, and Arif Nugroho Rachman. “Pengaruh Modal, Teknologi, Tingkat Pendidikan Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Umkm Di Kabupaten Sukoharjo.” *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen* 3, no. 3 (2024): 305–13.
- Asiva Noor Rachmayani. “Teori Media Atau Teori Difusi Inovasi.” *Jurnal Ekonomi* 6, no. 3 (2022): 6.
- Atun, Nur Isni. “Pengaruh Modal, Lokasi, Dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman.” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2023, 318–25. <http://harianjogja.com>.
- Avriyanti, Shinta. “Pengaruh Inovasi Produk Dan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada UMKM Bidang Kuliner Di Kabupaten Tabalong)” 5, no. 2 (2024): 81–98. <https://doi.org/10.35722/pubbis>.
- Berlin, Agus Suharto, and Suhendri. “UMKM Pembuatan Makanan Ringan Dan Inovasi Produk Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Dikota Tangerang.” *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 22, no. 1 (2022): 37–48. <https://doi.org/10.33061/jeku.v22i1.7513>.
- Bima Andika, Muhammad Irwan Padli Nasution. “Pengaruh Teknologi Informasi

Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm)” 2, no. 1 (2023): 1–10. <https://ejournal.warunayama.org/kohesi>.

Damayanti, Anisia, Rois Arifin, and Rahmawati. “Pengaruh Praktik MSDM Terhadap Daya Saing Pada Pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Di Dusun Rejoso Desa Junrejo.” *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis* 12, no. 01 (2023): 510–18.

Dr. Sigit Hemawan SE., M.Si, Amirullah SE., M.M. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif*, 2024.

Eva, Agustine. “Persepsi Penggunaan Aplikasi Internet Untuk Pemasaran Produk Usaha Kecil Menengah.” *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi* 2022, no. Snati (2022): 1907–5022.

Fahmi, Sufiana, Ahmad Faizal, Murtiadi Awaluddin, Universitas Islam, Negeri Alauddin, and Keunggulan Komparatif. “Analisis Keunggulan Kompetitif Dan Keunggulan Komparatif Dalam Strategi Bisnis.” *Jurnal Ekonomi Manajemen* 28, no. 12 (2024): 147–53.

Handrina, Emi, Gusnayetti, and Doddie Arya Kusuma B. “Dampak Sosiologis Keberadaan Wisata Kuliner Dalam Peningkatan Kesejahteraan Keluarga Di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh.” *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora Dan Seni* 2, no. 3 (2024): 333–40. <http://jurnal.minartis.com/index.php/jishs/article/view/1647%0A>.

Herwisma Situmorang, Verawati Simanjuntak, Anik Wuriasih. “Pengaruh Teknologi Informasi Dan Sistem Informasi Akuntansi Dimasa Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan UMKM.” *Accounting Research Journal* 3,

no. 2 (2024): 51–68.

<https://journal.feb.unipa.ac.id/index.php/ace/article/view/354%0Ahttps://>.

Hikmawati, Dr. Fenti. *Metodologi Penelitian. Divis Buku Perguruan Tinggi*. Vol. 11, 2019.

<http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017>.

Hubeis, Musa. “Prospek Usaha Kecil Dalam Wadah Inkubator Bisnis.” Vol. 11, 2024.

I Nurdianawati. “Uji Instrumen.” *Metodologi Penelitian Kuantitatif* 1, no. 69 (2023): 5–24.

Jibria Ratna Yasir, Ilham, Kalsum Padli. “Pengaruh Modal, Digitalisasi Informasi Dan Kreativitas Terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Di Pelabuhan Tanjung Ringgit Kota Palopo.” *Journal Of Islamic Economic and Business* 04, no. 01 (2022): 23–36.

L, Rambat. “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Melalui Word of Mouth Di Kabupaten Brebes.” *Jurnal Strategik* 10, no. 1 (2022): 1–15.

Laili Nur Rahmawati, A’rasy Fahrullah. “Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Qris Pada Generasi Z Bojonegoro.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam Volume Volume 7 Nomor 2, Tahun 2024* 7, no. 2 (2024): 1–12.

Lubis Ali Topan. “Distribusi Pendapatan Dalam Perspektif Islam.” *Journal Islamic Banking and Finance* 9802, no. I (2024): 53–67.

M. Rizky Dimas Ramadhan, and Muhammad Yasin. “Analisis Faktor-Faktor

Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha UMKM Coffee Shop Di Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo.” *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis* 2, no. 3 (2023): 119–30. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v2i3.2009>.

Mahpuz, Hariman Bahtiar, Fathurahman, Amri Muliawan Nur. “Pelatihan Pembinaan UMKM Berbasis Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan SDM Pelaku UMKM.” *ABSYARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 2, no. 2 (2023): 212–19. <https://doi.org/10.29408/ab.v2i2.4206>.

Mentariyani, Putri Rizky. “Pengaruh Pengembangan Produk Dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Properti Primary Pada Pt. Putra Perkasa Properti Di Sampit.” *Surplus: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 3, no. 1 (2023): 60–68.

Muh.Rasbi, Muh.Ginanjari, Fasiha, Atika Tahir, Linda A.Ali. “Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Diskon Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pascasarjana Iain Palopo.” *Keuangan Syariah [ONLINE]* 01, no. 02 (2023): 2. <https://doi.org/10.35905/moneta.v2i2.8920>.

Muhammad syafuruddin, Syiar Rinaldi, Ishak Ishak, Andi Pattiwari, Annas Lalo. “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Peningkatan Daya Jual Produk UMKM.” *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia* 2, no. 1 (2024): 102–6. <https://doi.org/10.59031/jpbmi.v2i1.342>.

Mulyana, Rijal Assidiq. “Kritik Atas Pandangan Inovasi-Kewirausahaan J.A. Schumpeter.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 11, no. 3 (2023): 243–53. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jupe/index>.

Mustagfiroh, Lailatul, and Ahmad Supriyadi. “Efektivitas Penggunaan QRIS Sebagai Media Pembayaran Dalam Meningkatkan Perkembangan UMKM Di Jepara.” *JEBIKSU: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus* 2, no. 2 (2024): 204–18. <http://jim.ac.id/index.php/JEBISKU/>.

Nawang Fatmala, Jihan Zahidah Imtinan B. “Analisis Pengaruh Ketersediaan QRIS Dalam Transaksi Jual Beli Bagi UMKM Ketintang.” *Neraca Manajemen Ekonomi* 3, no. 1 (2023).

Nirfandi Gonibala, Vecky.A.J. Masinambow, Mauna Th.B.Maramis. “Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Kitamobagu.” *Berkala Ilmiah Efisiensi* 19, no. 01 (2023): 56–67.

Permatahati, Indah Putri, and Aurino Rilman Adam Djamaris. “Perbandingan Loyalitas Pelanggan Pengguna Top 4 Aplikasi Dompot Digital (OVO, DANA, Go-Pay, Dan Link Aja) (Studi Kasus Pada Pengguna Di Jabodetabek).” *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)* 4, no. 2 (2024): 65–74. <https://doi.org/10.36782/jemi.v4i2.2200>.

Primadi Candra Susanto, Dewi Ulfah Arini, Lily Yuntina, Josua Panatap. “Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, Dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka).” *Jurnal Ilmu Multidisplin* 3, no. 1 (2024): 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>.

Putra, Toni Wijanarko Adi, Achmad Solechan, and Budi Hartono. “Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar.” *Jurnal Informatika Upgris* 9, no. 1 (2023): 7–12. <https://doi.org/10.26877/jiu.v9i1.15096>.

Ranjani, Elvri, Muhammad Iqbal Fasa, and Is Susanto. "Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Indonesia." *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 1 No :5, no. November (2024): 7443–52.

Regina Octavia Ibrahim, Tineke Wolok, Zulfia K. Abdussamad. "Pengaruh Inovasi Produk Dan Pemanfaatan Marketplace Terhadap Daya Saing Pada Pelaku UMKM Di Kota Gorontalo." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 7, no. 1 (2024): 404–15.

Romansyah Sahauddin, Hery Maulana Arif, Indira Nurfatimah, Rezky Atirah T, Suci Nengsia, Sitti Nuralifah Rahmayani. "Fintech Dan Kepuasan Pelanggan Menggali Peran Kemudahan Transaksi Melalui QRIS Sebagai Variabel Intervening Di Warung Sari Laut Mas Joko Kota Makassar." *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi* 2, no. 1 (2024): 61–70.

Said, Sitaman, and Azhar. "Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Kelurahan Mande Kecamatan Mpunda Kota Bima." *Jurnal PenKomi : Kajian Pendidikan Dan Ekonomi* 4, no. 1 (2023): 29–41. <https://doi.org/10.33627/pk.v4i1.439>.

Sidik, Siti Sarah, and Duniyati Ilmiah. "Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kecamatan Pajangan Bantul." *Margin Eco* 5, no. 2 (2022): 34–49. <https://doi.org/10.32764/margin.v5i2.2411>.

Sinaga, Mahaitin H, Sri Martina, and Djahotman Purba. "Pengaruh Modal Kerja, Jam Kerja Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Pendapatan UMKM Di

Kabupaten Simalungun.” *Jurnal Ilmiah Accusi* 6, no. 1 (2024): 151–60.
<https://doi.org/10.36985/n4s0jb32>.

Siti Annisa Wahdiniawati, Riche Fermayani Luhglatno, Susanti Wahyuningsih.
 “Pengantar Bisnis.” In *Eureka Media Aksara*, 266, 2023.

Sugiono, Noerdjanah, Afrianti Wahyu. “Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur
 SG Posture Evaluation.” *Jurnal Keterampilan Fisik* 5, no. 1 (2023): 55–61.
<https://doi.org/10.37341/jkf.v5i1.167>.

Sukriani, Nurul. “Pengaruh Inovasi Dan Kreatifitas Terhadap Kinerja Usaha
 Pelaku Umkm Kuliner Di Kota Pekanbaru.” *Jurnal Bisnis Kompetitif* 1, no. 2
 (2022): 64–71. <https://doi.org/10.35446/bisniskompetitif.v1i2.998>.

Sulistiyowati, Wiwik. “Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian.”
Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer 14, no. 1 (2023): 15–31.
<https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>.

Sumartan, Wahyuddin, Nur Rahmah. “Peranan Bisnis Makanan Dan Minuman
 Berbasis HomeIndustry Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga
 Pelaku UMKM Di Kawasan Kuliner Monumen Ganggawa Kabupaten
 Sidenreng Rappang.” *Trending: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*
 1, no. 4 (2023): 15–32.
<https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Trending/article/view/1434>.

Teguh, M. *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori Dan Aplikasi*, 2023.

Terttiaavini, Lesi Hertati, Yosef Yulius, Tedy Setiawan Saputra. “Pelatihan
 Digital Marketing Dan Inovasi Produk Guna Meningkatkan Daya Saing
 Umkm Ikan Pedo Serbuk.” *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 8, no. 2

(2024): 2405. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i2.21836>.

Uly Mabruroh Halida, M.E. *Teori Pengantar Bisnis*, 2023.

[http://repository.iainmadura.ac.id/434/1/Teori Pengantar Bisnis.pdf](http://repository.iainmadura.ac.id/434/1/Teori%20Pengantar%20Bisnis.pdf).

Vikto Kurniawan, Muhammad Faisal, Reza Ansori, Roni Yunus Pangaribun.

“Pengaruh UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Terhadap Peningkatan Perekonomian Indonesia Tahun 2024.” *Ekonomi Manajemen* 9, no. 4 (2023): 1–9.

Wedhani, Nyoman Anggri, Ni Nyoman Yuliati, and Muhammad Wahyullah.

“Pengaruh Inovasi Produk, Financial Knowledge, Dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Asosiasi Pengrajin Mutiara Lombok (Pearl NTB).” *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 3 (2023): 619–30. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v2i3.99>.

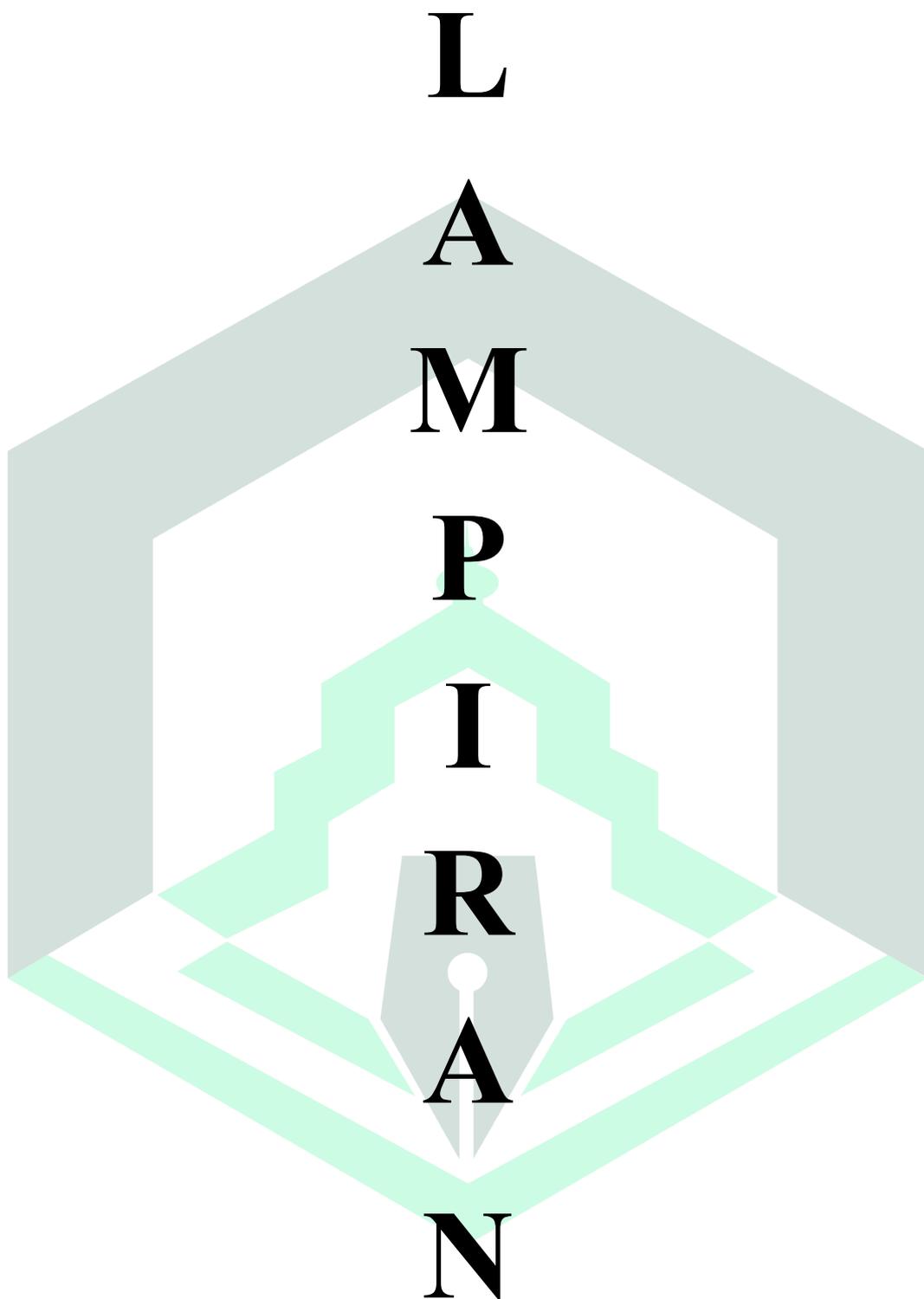
Wulandari, Sinta. “Pengaruh Sumber Daya Manusia, Kesiapan Modal,

Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah.” *Jurnal Ekonomi Manajemen* 3, no. 2 (2024): 268–78.

Yayat Sudrajat, Edwin Basmar, Ade Elza Surachman. *Perekonomian Indonesia*, 2024.

Yugo Dwi Satrio, Tri Intang Dewana, Atipa Muji. “Manfaat Teknologi Digital

Payment QRIS Bagi UMKM.” *Merdeka Indonesia Journal Internasional (MIJI)* 15, no. 1 (2024): 37–48.



Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian**KUESIONER PENELITIAN**

Identitas Responden

Usia : 19-25 26-35 36-45 46-55 Jenis Usaha : Makanan Minuman Makanan dan Minuman

Lama Usaha :

Pendapatan Perhari :

Teknologi yang digunakan : QRIS Sosial Media Content Creator

Item	Pernyataan	Jawaban			
		1	2	3	4
Inovasi (X1)		STS	TS	S	SS
X1.1	Saya selalu berusaha menciptakan hal baru dan meningkatkan pendapatan.				
X1.2	Saya selalu berusaha untuk memanfaatkan peluang dengan pertimbangan yang matang.				
X1.3	Mengembangkan dan menyempurnakan produk yang dijual agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan.				
X1.4	Mengembangkan produk yang disesuaikan dengan perkembangan zaman dan selalu menyesuaikan harga dengan pesaing.				
X1.5	Saya berinovasi dengan menciptakan desain produk yang belum pernah ada sebelumnya dengan keunikan serta ciri khas tersendiri.				
X1.6	Saya selalu memiliki cara berfikir dan terus bekerja sampai mencapai tujuan yang diinginkan.				

X1.7	Saya selalu menawarkan produk dengan potongan harga yang dapat menarik perhatian konsumen yang dapat meningkatkan penjualan.				
X1.8	Saya membuat produk tambahan untuk menambah variasi produk yang dijual sebelumnya.				
X1.9	Saya membuat produk yang mempunyai perbedaan dalam hal bahan serta ketahanan dibanding pesaing.				
X1.10	Saya melakukan perubahan pada produk yang telah dijual dengan menambah nilai keunikan, kualitas, ukuran maupun harga.				
X1.11	Saya selalu berusaha mengantisipasi setiap kendala yang akan terjadi dalam menawarkan produk.				
Teknologi (X2)		STS	TS	S	SS
X2.1	Transaksi menggunakan E-wallet digunakan sebagian besar masyarakat kota palopo karena lebih cepat dan efisien.				
X2.2	Penggunaan layanan QRIS dalam bertransaksi tanpa bantuan dari orang lain.				
X2.3	Penggunaan QRIS memudahkan menerima jasa transaksi QR Code bank manapun				
X2.4	Penggunaan sistem pembayaran QRIS mudah dilakukan pelanggan.				
X2.5	Penggunaan QRIS memudahkan mencatat keuangan usaha.				
X2.6	Saya merasa sangat mudah mengakses E-wallet kapan saja dan dimana saja untuk melakukan transaksi.				
X2.7	Penggunaan QRIS dapat Mengurangi kekhawatiran konsumen membawa uang tunai.				
X2.8	Penggunaan QRIS masyarakat akan terhindar dari peredaran uang palsu.				
X2.9	Penggunaan QRIS aman digunakan sebagai alat transaksi pembayaran ditempat usaha saya.				
X2.10	Saya tidak perlu lagi menyediakan uang kembalian pada saat menggunakan QRIS.				
X2.11	Pelanggan saya lebih dominan bertransaksi menggunakan QRIS.				
Daya Saing (X3)		STS	TS	S	SS
X3.1	Saya meminimalisir pengeluaran guna				

	mendapat keuntungan maximal.				
X3.2	Saya selalu memberikan pelayanan yang baik.				
X3.3	Saya selalu mengadakan promo untuk menarik minat pelanggan.				
X3.4	Saya menggunakan teknologi untuk mempermudah produksi sesuai dengan jenis produk.				
X3.5	Saya mengembangkan produk sesuai dengan trend saat ini.				
X3.6	Saya memastikan bahwa kualitas pelayanan yang ditawarkan sesuai dengan harga yang diberikan.				
X3.7	Saya mempunyai strategi pemasaran dan harga lebih terjangkau dari pesaing.				
X3.8	Konsumen selalu datang berulang kali berbelanja ditempat saya karena merasa puas dengan produk yang ditawarkan.				
X3.9	Saya menjual produk sesuai permintaan konsumen.				
X3.10	Saya selalu melakukan pengembangan atau pembaharuan produk.				
X3.11	Saya selalu berusaha dalam meningkatkan penjualan.				
X3.12	Lokasi usaha saya lebih mudah terjangkau dan dapat diakses oleh konsumen.				
X3.13	Saya melakukan survey lapangan sebelum memulai usaha.				
X3.14	Lokasi usaha saya memiliki lahan parkir yang luas untuk memberikan kenyamanan pada konsumen.				
Pendapatan Pelaku UMKM (Y)		STS	TS	S	SS
Y.1	Jumlah pekerja yang dipekerjakan berdampak langsung pada peningkatan pendapatan usaha saya.				
Y.2	Usaha saya terus mengalami peningkatan produk setiap bulannya.				
Y.3	Menciptakan produk yang lebih beragam memberikan kontribusi lebih besar terhadap peningkatan pendapatan usaha saya.				
Y.4	Kualitas produk mengikuti perubahan keinginan pelanggan sehingga dapat meningkatkan pendapatan saya.				

Y.5	Saya selalu menawarkan harga produk yang dapat dijangkau oleh semua kalangan agar dapat meningkatkan pendapatan.				
Y.6	Saya memiliki strategi untuk memasarkan produk agar mudah dikenal oleh masyarakat.				
Y.7	Saya selalu mempertimbangkan pendapat orang lain yang lebih berpengalaman dalam mengambil keputusan.				
Y.8	Saya selalu aktif mencari setiap peluang.				
Y.9	Saya berusaha menampilkan produk dengan jelas untuk meningkatkan pendapatan.				
Y.10	Setiap hari saya berusaha mengembangkan produk untuk meningkatkan pendapatan.				
Y.11	Modal usaha yang saya gunakan berasal dari diri sendiri.				
Y.12	Modal yang saya miliki mampu memenuhi kebutuhan proses produksi sehari-hari usaha saya.				
Y.13	Modal yang saya miliki mampu memenuhi kebutuhan proses produksi sehari-hari usaha saya.				

Lampiran 2: Tabulasi Data

No	INOVASI (X1)										TEKNOLOGI (X2)											
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total X2
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35	4	3	2	4	4	2	4	3	3	3	35
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	37
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
8	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	33	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	30
9	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	38	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	38
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	40
12	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	37	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	38
13	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	36	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	41
14	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	38
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
16	4	4	2	2	3	4	3	3	3	3	33	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	36
17	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	39	3	3	4	2	3	2	3	4	3	3	32
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
19	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
20	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	34	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	45
21	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	38	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
22	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	40	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	38
23	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	40	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	39
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	38
25	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	36	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	38
26	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	40	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	39
27	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
28	3	3	2	3	3	3	2	1	2	3	28	3	3	1	3	4	2	3	3	4	4	34
29	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
30	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	38	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	39
31	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	38	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	38
32	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
33	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
36	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	34	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	37
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
38	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
39	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
43	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
44	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
45	4	4	3	3	3	3	2	3	2	3	34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
47	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	37	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
53	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
55	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	40	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	38
56	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	37	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	42
57	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	37	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	35
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
60	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	40	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	44
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
62	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
65	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	37	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	36
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
71	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	39	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	40
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
73	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
74	3	2	3	4	4	3	2	4	4	4	35	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	30
75	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
76	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
77	3	2	3	2	1	2	3	4	1	3	27	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	29
78	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	25	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	26
79	3	2	2	3	3	1	2	2	2	3	26	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	27
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
81	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	24	3	2	2	2	1	1	2	1	2	2	22
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
83	2	2	2	2	3	2	2															

Lampiran 3: Hasil Uji Deskriptif Karakteristik Responden

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19-25	54	27.0	27.0	27.0
	26-35	51	25.5	25.5	52.5
	36-45	67	33.5	33.5	86.0
	46-55	28	14.0	14.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Jenis Usaha

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Makanan	62	31.0	31.0	31.0
	Minuman	38	19.0	19.0	50.0
	Makanan dan Minuman	100	50.0	50.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Lama Usaha

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Tahun	23	11.5	11.5	11.5
	2 Tahun	41	20.5	20.5	32.0
	3 Tahun	51	25.5	25.5	57.5
	4 Tahun	32	16.0	16.0	73.5
	5 Tahun	37	18.5	18.5	92.0
	6 Tahun	12	6.0	6.0	98.0
	7 Tahun	4	2.0	2.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Pendapatan Perhari

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	101.000-300.000	27	13.5	13.5	13.5
	301.000-400.000	34	17.0	17.0	30.5
	401.000-500.000	68	34.0	34.0	64.5
	501.000-600.000	22	11.0	11.0	75.5
	601.000-700.000	13	6.5	6.5	82.0
	701.000-800.000	13	6.5	6.5	88.5
	801.000-900.000	3	1.5	1.5	90.0
	901.000-1.000.000	20	10.0	10.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Teknologi Yang Digunakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	QRIS	34	17.0	17.0	17.0
	Sosial Media (Instagram, Tiktok, Fb)	14	7.0	7.0	24.0
	Content Creator	2	1.0	1.0	25.0
	QRIS dan Sosial Media (Instagram, Tiktok, Fb)	134	67.0	67.0	92.0
	QRIS dan Content Creator	16	8.0	8.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Lampiran 4: Hasil Pengolahan data SPSS

Uji Validitas Inovasi (X1)

		Correlations											
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	TotalX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.516**	.356**	.353**	.326**	.288**	.255**	.282**	.369**	.324**	.277**	.593**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X1.2	Pearson Correlation	.516**	1	.454**	.356**	.328**	.257**	.223**	.389**	.326**	.294**	.367**	.619**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	.002	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X1.3	Pearson Correlation	.356**	.454**	1	.435**	.422**	.356**	.193**	.344**	.348**	.419**	.321**	.661**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.006	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X1.4	Pearson Correlation	.353**	.356**	.435**	1	.435**	.366**	.145*	.368**	.273**	.358**	.263**	.623**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	.040	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X1.5	Pearson Correlation	.326**	.328**	.422**	.435**	1	.487**	.367**	.352**	.382**	.282**	.226**	.665**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X1.6	Pearson Correlation	.288**	.257**	.356**	.366**	.487**	1	.424**	.376**	.377**	.355**	.326**	.667**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X1.7	Pearson Correlation	.255**	.223**	.193**	.145*	.367**	.424**	1	.384**	.373**	.189**	.316**	.560**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.002	.006	.040	<.001	<.001		<.001	<.001	.007	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X1.8	Pearson Correlation	.282**	.389**	.344**	.368**	.352**	.376**	.384**	1	.520**	.419**	.408**	.697**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X1.9	Pearson Correlation	.369**	.326**	.348**	.273**	.382**	.377**	.373**	.520**	1	.382**	.352**	.683**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X1.10	Pearson Correlation	.324**	.294**	.419**	.358**	.282**	.355**	.189**	.419**	.382**	1	.362**	.632**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.007	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
X1.11	Pearson Correlation	.277**	.367**	.321**	.263**	.226**	.326**	.316**	.408**	.352**	.362**	1	.599**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
TotalX1	Pearson Correlation	.593**	.619**	.661**	.623**	.665**	.667**	.560**	.697**	.683**	.632**	.599**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200

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

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



Uji Validitas Pendapatan Pelaku UMKM (Y)

		Correlations												
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Y.13
Y.1	Pearson Correlation	1	.512**	.395**	.372**	.252**	.296**	.300**	.408**	.406**	.435**	.321**	.453**	.503**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.2	Pearson Correlation	.512**	1	.507**	.338**	.391**	.308**	.307**	.322**	.337**	.501**	.414**	.418**	.411**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.3	Pearson Correlation	.395**	.507**	1	.461**	.305**	.293**	.402**	.365**	.333**	.428**	.262**	.436**	.337**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.4	Pearson Correlation	.372**	.338**	.461**	1	.406**	.405**	.383**	.414**	.334**	.364**	.249**	.344**	.448**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.5	Pearson Correlation	.252**	.391**	.305**	.406**	1	.514**	.422**	.376**	.400**	.383**	.441**	.449**	.399**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.6	Pearson Correlation	.296**	.308**	.293**	.405**	.514**	1	.493**	.358**	.360**	.364**	.377**	.406**	.436**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.7	Pearson Correlation	.300**	.307**	.402**	.383**	.422**	.493**	1	.486**	.452**	.382**	.391**	.372**	.409**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.8	Pearson Correlation	.408**	.322**	.365**	.414**	.376**	.358**	.486**	1	.401**	.391**	.281**	.387**	.392**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.9	Pearson Correlation	.406**	.337**	.333**	.334**	.400**	.360**	.452**	.401**	1	.536**	.389**	.485**	.334**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.10	Pearson Correlation	.435**	.501**	.428**	.364**	.383**	.364**	.382**	.391**	.536**	1	.459**	.527**	.460**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.11	Pearson Correlation	.321**	.414**	.262**	.249**	.441**	.377**	.391**	.281**	.389**	.459**	1	.490**	.410**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.12	Pearson Correlation	.453**	.418**	.436**	.344**	.449**	.406**	.372**	.387**	.485**	.527**	.490**	1	.521**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Y.13	Pearson Correlation	.503**	.411**	.337**	.448**	.399**	.436**	.409**	.392**	.334**	.460**	.410**	.521**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
TotalY	Pearson Correlation	.639**	.659**	.636**	.640**	.666**	.655**	.680**	.647**	.667**	.719**	.634**	.724**	.694**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200

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

Uji Reliabilitas

Inovasi (X1) Teknologi (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	11

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	11

Daya Saing (X3) Pendapatan Pelaku UMKM (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.903	14

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	13

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.91495735
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.044
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Hasil Uji Linearitas

Inovasi (X1)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pendapatan Pelaku UMKM * Inovasi	Between Groups	(Combined)	3832.771	20	191.639	11.583	<.001
		Linearity	3476.735	1	3476.735	210.147	<.001
		Deviation from Linearity	356.036	19	18.739	1.133	.322
Within Groups			2961.424	179	16.544		
Total			6794.195	199			

Teknologi (X2)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pendapatan Pelaku UMKM * Teknologi	Between Groups	(Combined)	4116.620	20	205.831	13.760	<.001
		Linearity	3646.269	1	3646.269	243.759	<.001
		Deviation from Linearity	470.351	19	24.755	1.655	.048
	Within Groups		2677.575	179	14.959		
	Total		6794.195	199			

Daya Saing (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pendapatan Pelaku UMKM * Daya Saing	Between Groups	(Combined)	5010.358	27	185.569	17.893	<.001
		Linearity	4658.557	1	4658.557	449.185	<.001
		Deviation from Linearity	351.801	26	13.531	1.305	.160
	Within Groups		1783.837	172	10.371		
	Total		6794.195	199			

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.403	1.751		1.944	.053		
	Inovasi	.139	.085	.110	1.634	.104	.318	3.142
	Teknologi	.228	.079	.194	2.874	.004	.319	3.134
	Daya Saing	.547	.058	.599	9.455	<.001	.361	2.768

a. Dependent Variable: Pendapatan Pelaku UMKM

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.058	1.170		-.050	.961
	Inovasi	-.051	.057	-.112	-.899	.370
	Teknologi	.100	.053	.235	1.895	.060
	Daya Saing	.014	.039	.044	.373	.709

a. Dependent Variable: ABS_RES

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.519	1.777		2.543	.012
	Inovasi	.259	.081	.215	3.199	.002
	Teknologi	.372	.082	.332	4.543	<.001
	DayaSaing	.308	.052	.362	5.917	<.001

a. Dependent Variable: Y.1

Hasil Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.826 ^a	.683	.678	3.16205

a. Predictors: (Constant), DayaSaing, Inovasi, Teknologi

Uji Simultan (uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4220.344	3	1406.781	140.698	<.001 ^b
	Residual	1959.721	196	9.999		
	Total	6180.065	199			

a. Dependent Variable: Y.1

b. Predictors: (Constant), DayaSaing, Inovasi, Teknologi

Uji Parsial (uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.519	1.777		2.543	.012
	Inovasi	.259	.081	.215	3.199	.002
	Teknologi	.372	.082	.332	4.543	<.001
	DayaSaing	.308	.052	.362	5.917	<.001

a. Dependent Variable: Y.1

Lampiran 5 : Tabel Uji T

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Lampiran 6 : Tabel Uji F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Lampiran 7 : R Tabel

N	Taraf Sign.		N	Taraf Sign.		N	Taraf Sign.	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	27	0.381	0.487	55	0.266	0.345
4	0.950	0.990	28	0.374	0.478	60	0.254	0.330
5	0.878	0.959	29	0.367	0.470	65	0.244	0.317
6	0.811	0.917	30	0.361	0.463	70	0.235	0.306
7	0.754	0.874	31	0.355	0.456	75	0.227	0.296
8	0.707	0.834	32	0.349	0.449	80	0.220	0.286
9	0.666	0.798	33	0.344	0.442	85	0.213	0.278
10	0.632	0.765	34	0.339	0.436	90	0.207	0.270
11	0.602	0.735	35	0.334	0.430	95	0.202	0.263
12	0.576	0.708	36	0.329	0.424	100	0.195	0.256
13	0.553	0.684	37	0.325	0.418	125	0.176	0.230
14	0.532	0.661	38	0.320	0.413	150	0.159	0.210
15	0.514	0.641	39	0.316	0.408	175	0.148	0.194
16	0.497	0.623	40	0.312	0.403	200	0.138	0.181
17	0.482	0.606	41	0.308	0.398	300	0.113	0.148
18	0.468	0.590	42	0.304	0.393	400	0.098	0.128
19	0.456	0.575	43	0.301	0.389	500	0.088	0.115
20	0.444	0.561	44	0.297	0.384	600	0.080	0.105
21	0.433	0.549	45	0.294	0.380	700	0.074	0.097
22	0.423	0.537	46	0.291	0.376	800	0.070	0.091
23	0.413	0.526	47	0.288	0.372	900	0.065	0.086
24	0.404	0.515	48	0.284	0.368	1000	0.062	0.081
25	0.396	0.505	49	0.281	0.364			
26	0.388	0.496	50	0.279	0.361			

Lampiran 8 : Surat Izin Penelitian



PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. K. H. M. Hasyim, No. 5, Kota Palopo, Kode Pos: 91921
Telp/Fax : (0471) 326048, Email : dpmpstpp@palopokota.go.id, Website : http://dpmpstpp.palopokota.go.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

NOMOR : 500.16.7.2/2025.0197/IP/DPMPSTP

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 2008 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 31 Tahun 2023 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Diberikan Wali Kota Palopo Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama	: SARMILA
Jenis Kelamin	: P
Alamat	: BTN.Hartaco Blok 1.C No. 20 Kota Palopo
Pekerjaan	: Mahasiswa
NIM	: 2104010036

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

PENGARUH INOVASI, TEKNOLOGI DAN DAYA SAING TERHADAP PENDAPATAN PELAKU UMKM DI LAPANGAN PANCASILA KOTA PALOPO

Lokasi Penelitian	: UMKM Lapangan Pancasila Kota Palopo
Lamanya Penelitian	: 18 Februari 2025 s.d. 18 Mei 2025

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor kepada Wali Kota Palopo cq. **Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo**.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 18 Februari 2025



Ditandatangani secara elektronik oleh :
Kepala DPMPSTP Kota Palopo
SYAMSURIADI NUR, S.STP
Pangkat : Pembina IV/a
NIP : 19850211 200312 1 002

Tembusan Kepada Yth.:

1. Wali Kota Palopo;
2. Dandim 1403 SWG;
3. Kapolres Palopo;
4. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel;
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo;
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo;
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian.

Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSiE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)



RIWAYAT HIDUP



Sarmila, lahir di Palopo pada tanggal 16 September 2003. Penulis merupakan anak ke-empat dari pasangan Bapak Sukardi dan Ibu Isda. Saat ini bertempat tinggal di Hartaco, Kota Palopo. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2015 di SDN 483 A.PATTIWARE. Kemudian pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan di MTsN Kota Palopo hingga tahun 2018. Lulus dari sekolah menengah pertama, penulis memutuskan untuk melanjutkan pendidikan ke tingkat Sekolah Menengah Atas di MAN Kota Palopo dan lulus pada tahun 2021. Pada saat menempuh pendidikan di MAN Palopo, penulis aktif menjadi bagian dari OSIS, Pramuka, MarchingBand, dan Sanggar Seni.

Penulis mendaftarkan diri di Perguruan Tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo pada tahun 2021 dengan Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pada saat menempuh pendidikan di IAIN Palopo, penulis aktif menjadi bagian dari HMPS Ekonomi Syariah, PMII IAIN Palopo, dan KPM IAIN Palopo. Sebelum menyelesaikan akhir studi, penulis Menyusun Skripsi dengan judul, *“Pengaruh Inovasi, Teknologi dan Daya Saing Terhadap Pendapatan Pelaku UMKM di Lapangan Pancasila Kota Palopo”* sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi jenjang Strata I (S1).