

Artikel Hasil Penelitian

Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing yang Dimediasi *Creative Destruction* pada UMKM Pengolahan Pangan di Lampung

Annisa Ardyanti^{a)}, Siti Nursyamsiah

*Department of Management, Faculty of Business and Economics
Universitas Islam Indonesia, Sleman, Special Region of Yogyakarta
Indonesia*

^{a)}Corresponding author: 18311166@students.uii.ac.id

ABSTRACT

Kemajuan globalisasi yang sangat pesat mendorong suatu perusahaan untuk melakukan inovasi yang lebih cepat agar dapat meraih keunggulan kompetitif dari pesaingnya. Hal ini dapat memberikan dampak secara langsung terhadap kualitas perusahaan itu sendiri. Oleh sebab itu, dibutuhkan kecepatan inovasi dan peningkatan *creative destruction* untuk membentuk daya saing yang tinggi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKM dan juga pengaruh mediasi *creative destruction* antara kecepatan inovasi dan daya saing UMKM pangan di Lampung. Objek penelitian ini adalah UMKM pengolahan pangan di Lampung. Penelitian ini diuji menggunakan Analisis Regresi berganda dan *sobel test* dengan 60 UMKM pengolahan pangan di Lampung yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini adalah, bahwa kecepatan inovasi berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM pangan dan juga terbukti bahwa *creative destruction* sebagai variabel mediasi berpengaruh positif antara kecepatan inovasi dan daya saing UMKM pangan di Lampung.

Kata Kunci: kecepatan inovasi, daya saing, UMKM, *creative destruction*

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil, sangat identik dengan inovasi dikarenakan menjadi unsur yang penting bagi pelaku usaha agar dapat bersaing di era globalisasi ini. Inovasi merupakan gagasan terbaru maupun pengembangan dari dalam segi proses, pelayanan, susunan organisasi, produk dan lain-lain (Neely and Hii, 1998). Suatu perusahaan dalam menggunakan *customer services* sebagai suatu inovasi untuk membedakan dari pesaingnya, seperti dari pertanyaan seputar harga, bentuk, manfaat, maupun kebutuhan konsumen yang tidak disadari. Sebuah inovasi akan mendorong perusahaan untuk lebih kompetitif dan dapat memberi batasan bagi perusahaan baru maupun perusahaan lainnya untuk ikut serta dalam pasar (Neely and Hii, 1998).



Perusahaan diharapkan selalu berinovasi agar bisa bertahan dan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Salah satu cara berinovasi yaitu dengan mendahului pesaing lainnya sehingga bisa meraih keunggulan yang kompetitif. Kecepatan inovasi merupakan waktu yang dibutuhkan antara penemuan gagasan baru dan pengenalan barang dan jasa di pasar (Kessler and Chakrabarti, 1996). Kecepatan inovasi bisa meminimalisir siklus hidup produk (Kessler, Allocca and Rahman, 2007) sehingga perlu adanya pengembangan produk baru agar dapat selalu menjaga stabilitas persaingan yang ada. Seperti contohnya produk kerupuk kemplang di Lampung yang memiliki siklus hidup produk yang pendek sehingga tidak dapat bertahan lebih lama hal ini dikarenakan telah muncul produk kerupuk kemplang baru yang lebih menarik dan lebih disukai pelanggan. Sebab itu, perusahaan kerupuk kemplang perlu mengembangkan produknya dan harus berinovasi secara cepat agar mampu bersaing dan mendapatkan keunggulan kompetitif.

Creative destruction didefinisikan sebagai suatu cara untuk mengganti produk dengan produk yang lebih berkualitas dan cara produksi yang lebih efisien (Bosma, Stam and Schutjens, 2011), tujuan untuk meningkatkan produktivitas untuk bersaing (McKeown in Hutahayan and Yufra, 2019). *Creative destruction* bisa terjadi karena inovasi yang dikembangkan secara berkelanjutan dari perusahaan sendiri (*self-destruction*) dan juga dari pesaing. Peningkatan *creative destruction* dalam suatu perusahaan akan memengaruhi persaingan yang ada dan menciptakan sebuah barang dan/atau jasa yang sulit untuk disaingi oleh pesaing, ini merupakan tujuan adanya Inovasi (Putri, 2020). Sifat kompetitif dapat diukur dari strategi suatu perusahaan dalam meningkatkan daya produksi serta mampu dalam berinovasi (Putri, 2020). Produktivitas merupakan salah satu barometer daya saing jangka panjang (Ambastha and Momaya, 2012).

KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Inovasi

Definisi inovasi sangatlah bermacam-macam tergantung aspek pendekatan yang digunakan. Inovasi adalah teknologi baru atau cara baru untuk menemukan sesuatu yang lebih baik. Inovasi berasal dari bahasa latin yang memiliki arti membuat hal baru. Bukan saja sesuatu yang baru, juga dalam hal memperbaiki sesuatu yang sudah ada untuk menjadi sesuatu yang baru lagi. Banyak tokoh menggagaskan arti dari kata inovasi. Seperti misalnya, Porter (1990) berpendapat inovasi adalah cara perusahaan untuk meraih keunggulan kompetitif.

Mintzberg (1994) mengartikan inovasi sebagai variabel inti dari perusahaan agar dapat menciptakan nilai dan mampu bertahan dalam bersaing. Adanya inovasi sangatlah membantu perusahaan dalam beradaptasi di lingkungan eksternal yang cenderung selalu bersifat dinamis, juga merupakan cara perusahaan berprestasi di dunia bisnis secara berkelanjutan (Balkin, Markman and Gomez-Mejia, 2000). Mengendalikan ekosistem bisnis yang tidak pasti dan selalu dinamis tidaklah mudah bagi perusahaan, oleh sebab itu diperlukan suatu keunggulan dan jiwa kompetitif untuk tetap hidup. Untuk mencapai hal tersebut, persiapan dan kecepatan perusahaan dalam menyelesaikan barang/jasa yang berkualitas unggul harus lebih baik dari pesaing-pesaingnya (Boyd and Bresser, 2008).

Kecepatan Inovasi

Kecepatan inovasi adalah waktu yang diperlukan dari suatu ide inovasi yang didapat sampai menjadi nilai ekonomis yang siap untuk memasuki pasar (Allocca and Kessler, 2006).

Kecepatan inovasi dalam hal produk baru dengan biaya lebih rendah serta waktu yang lebih cepat dapat meningkatkan kinerja perusahaan (Tidd and Bessant, 2009). Kemampuan sebuah perusahaan dalam berinovasi lebih cepat dari pesaing memberikan keunggulan kompetitif serta keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan itu sendiri, seperti kuantitas pelanggan yang lebih banyak, persaingan yang lebih luas, dan siklus penjualan terjamin serta persaingan yang lebih aman (Taneo *et al.*, 2020).

Daya Saing

Daya saing berasal dari bahasa Latin yang memiliki arti ikut andil dalam pasar untuk siap bersaing, maksudnya adalah hubungan yang bersifat terikat antar perusahaan memiliki barang dan/atau jasa yang sama dalam dunia bisnis yang bersifat persaingan untuk menjadi pemenang secara konsisten dalam jangka waktu yang panjang di pasarnya. Siklus produk yang pendek disebabkan oleh adanya perubahan teknologi yang pesat dan juga lingkungan yang sangat kompetitif (Kessler, Allocca and Rahman, 2007). Untuk menanggulangi masalah tersebut, dilakukan penanganan dengan inovasi produk lebih cepat dari lawan, hal ini membuat perusahaan untuk mendapatkan nilai yang lebih unggul dan kompetitif (Allocca and Kessler, 2006).

Creative Destruction

Creative destruction dicetuskan pertama kali oleh Schumpeter dalam menjelaskan penyebab ekonomi kapitalis yang mengalami pertumbuhan dan penurunan (Huang, Soutar and Brown, 2002). *Creative destruction* merupakan cara untuk menggantikan produk dan proses tertentu dengan cara yang lebih baik dengan metode produksi (efisien) (Bosma, Stam and Schutjens, 2011). Adanya pergerakan inovasi yang berkelanjutan melahirkan istilah *Creative destruction* baik dari perusahaan itu sendiri maupun dari pesaing lainnya. Hasil riset menyatakan perubahan terhadap struktur persaingan sempurna menjadi *monopolistic* disebabkan oleh adanya inovasi (Chen, Lai and Wen, 2006). *Creative destruction* bertujuan sebagai tolak ukur utama untuk kemajuan produktivitas dan efisiensi dalam bersaing (Mckeown in Hutahayan an Yufra, 2019).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Undang-Undang Republik Indonesia, No. 20 Tahun 2018, Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Pasal 1 menyatakan:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. 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 baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan

jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Dalam regional ASEAN, tingkat UMKM di Indonesia masih relatif rendah bila dibandingkan dengan negara lainnya. Hal ini menyebabkan Indonesia masih tertinggal dari segi daya saing. Jumlah ekspor yang relatif sedikit sedangkan impor cukup kuat mengindikasikan bahwa produktivitas pangan di Indonesia masih rendah. Hal ini dikarenakan lambatnya perusahaan melakukan inovasi dan *creative destruction* (USAID, 2013; ERIA SME Research Working Group, 2014 dalam Hutahayan dan Yufra, 2019). Kessler, Allocca and Rahman (2007) mengatakan bahwa perusahaan harus terus membaca kebutuhan pasar adalah cara terbaik untuk bertahan dalam dunia persaingan bisnis.

Kecepatan Inovasi dan Daya Saing UMKM

Kecepatan inovasi adalah waktu yang diperlukan dari suatu ide inovasi yang didapat sampai menjadi nilai ekonomis yang siap untuk memasuki pasar (Kessler and Chakrabarti, 1996). Inovasi akan memiliki nilai ekonomi jika inovasi tersebut memasuki pasar (Love and Roper, 2007). Oleh sebab itu, dalam berinovasi perusahaan harus memperhatikan kecepatan inovasi karena perubahan situasi dunia bisnis yang semakin dinamis. Kecepatan inovasi dapat memperpendek siklus hidup produk (Kessler, Allocca and Rahman, 2007) sehingga perlu dilakukan pengembangan produk baru agar tetap kompetitif. Laju perkembangan inovasi merupakan faktor kunci keberhasilan inovasi (Love and Roper, 2007).

Dengan begitu, kemampuan suatu organisasi mengembangkan dan meluncurkan produk inovatif ke pasar lebih cepat dari kompetitor dimaksudkan untuk memperoleh keunggulan kompetitif (Allocca and Kessler, 2006). UMKM yang dapat merealisasikan ide inovasi lebih cepat dan memperkenalkan produk baru ke pasar akan mendapatkan keuntungan potensial yang lebih besar, seperti pangsa pasar yang lebih besar, margin keuntungan yang lebih tinggi, mempertahankan bisnis, dan memenangkan persaingan dengan pesaing yang sejenis. Berdasarkan uraian di atas, berikut adalah hipotesis yang dipakai dalam penelitian ini:

H₁: *Kecepatan inovasi berpengaruh secara positif terhadap daya saing UMKM*

Kecepatan Inovasi, Daya Saing UMKM dan *Creative Destruction*

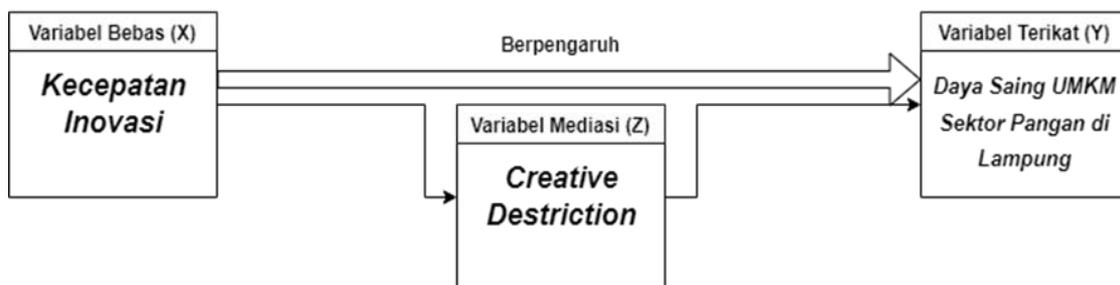
Creative destruction adalah cara yang digunakan untuk mengubah suatu produk menjadi lebih berkualitas dan produksi yang lebih efisien (Freel, 2006; Bosma, Stam and Schutjens, 2011), dengan tujuan untuk meningkatkan produktivitas sebagai dasar daya saing (McKeown dalam Hutahayan dan Yufra, 2019). *Creative destruction* dapat mempertahankan inovasi yang telah dikembangkan oleh bisnis (Bosma, Stam and Schutjens, 2011; Bergek *et al.*, 2013). Lahirnya inovasi baru akan menimbulkan *creative destruction*, baik dari kompetitor ataupun dari dirinya sebagai *self-destruction*. Perusahaan tidak cukup melakukan inovasi dengan sendirinya, akan tetapi perlu diiringi dengan *creative destruction* (Kivimaa and Kern, 2016).

Menurut Taneo *et al.*, (2020), lambatnya inovasi dan persaingan *creative destruction* antar perusahaan menyebabkan rendahnya daya saing UKM makanan dan minuman di Indonesia. Oleh sebab itu, daya saing UKM makanan dan minuman dapat dikembangkan dengan

kecepatan pengembangan inovasi dan meningkatkan *creative destruction* (Baregheh *et al.*, 2012). Melakukan *creative destruction* dapat menciptakan *competitive advantage* serta dapat menjadi hambatan masuk ke pasar bagi usaha baru dan meluaskan jarak dengan bidang usaha sejenis, dengan begitu *creative destruction* dapat menaikkan tingkat kompetitif pasar (Hutahayan and Yufra, 2019). Kompetisi bisnis dapat ditingkatkan dengan *creative destruction* sebagai mediasi inovasi dan daya saing, mempertahankan keunikan bisnis, dan mempertahankan inovasi yang telah dikembangkan oleh suatu bisnis (Tushman and Anderson, 1986; Bosma, Stam and Schutjens, 2011; Bergek *et al.*, 2013).

Menurut Tushman and Anderson (1986), Peningkatan kapabilitas memiliki tujuan menaikkan harga barang/jasa atau meningkatkan kinerja usaha yang didasari oleh ilmu pengetahuan dan kompetensi yang dimiliki, dengan mengembangkan desain produk melalui perbaikan komponen tertentu (Handerson and Clark, 1990 in Taneo *et al.*, 2020). Menurut Gilbert (2012), peningkatan kompetensi dimaksudkan untuk memperkuat posisi kompetitif perusahaan dengan memanfaatkan kompetensinya dan membuat hambatan masuk bagi bisnis baru (*barriers to entry of new entrants*). Berdasarkan uraian di atas, hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H2: *Daya saing UMKM pengolahan pangan di Lampung dipengaruhi oleh kecepatan inovasi dengan variabel mediasi creative destruction.*



Gambar 1. Kerangka Penelitian

METODE

Penelitian ini dilakukan pada daerah Lampung dan sekitarnya. Hal ini melihat bahwasanya Lampung merupakan tempat wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan karena wisata pantainya yang cukup terkenal. Oleh sebab itu, banyak UMKM yang bermunculan di daerah Lampung khususnya di bidang pangan. Populasi dalam penelitian ini yaitu UMKM sektor pangan di Lampung. Sampel adalah bagian dari populasi (Sekaran and Bougie, 2013) metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* yaitu pengambilan sampel diambil secara tidak acak dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu di mana sampel dipilih dengan karakteristik, yakni seluruh UMKM pengolahan pangan di Lampung yang memiliki tenaga kerja di bawah 50 orang dan setiap UMKM diambil 1 orang untuk menjadi responden.

Menurut Sekaran and Bougie (2013), jumlah responden untuk mendapatkan ukuran sampel yang tepat adalah 30 responden. Oleh sebab itu, penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 71 UMKM pengolahan pangan yang berada di provinsi Lampung dengan cara menyebarkan kuesioner secara *offline* dan *online*.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data dikumpulkan dengan cara membagikan serangkaian pertanyaan untuk responden yang disebut dengan kuesioner atau angket. Pertanyaan yang dibuat berupa pertanyaan sederhana yang bersifat terbuka (dijawab sesuai pendapat responden) dan pertanyaan yang bersifat pilihan (jawaban dipilih), untuk diajukan kepada responden (pelaku usaha), untuk mendapatkan keterangan jawaban yang mendukung tujuan dari penelitian ini. Kuesioner dilakukan secara *online* yaitu dilakukan melalui Google Form dan kemudian dibagikan melalui akun-akun sosial media seperti Line, Whatsapp, Instagram dan Facebook.

Kuesioner yang dibagikan menggunakan skala *likert*, berisikan 5 pilihan termasuk di dalamnya ada opsi netral. Adanya opsi netral atau pilihan ke-3 adalah untuk memastikan keadaan dari responden, jika nanti dibuktikan adanya jawaban netral, maka menentukan tingkat masalah (hal yang unik) yang berkaitan dengan UMKM yang dialami oleh responden.

Tabel 1. Karakteristik Responden

<i>Demographic variables</i>	N	%
<i>Jenis Usaha</i>		
Aneka kue	3	4,2
Bakso	2	2,8
Emping	3	4,2
Getuk	1	1,4
Gula merah	1	1,4
Kelanting	8	11,3
Kemplang	3	4,2
Kentang	1	1,4
Keripik	8	11,3
Kerupuk	3	4,2
Makanan ringan	1	1,4
Minuman jahe	1	1,4
Peyek kacang	2	2,8
Roti	5	7,0
Tape	2	2,8
Telur asin	1	1,4
Tempe, tahu	26	36,6
<i>Jumlah Modal</i>		
Kurang dari 10.000.000	14	19,7
10.000.000-20.000.000	46	64,8
21.000.000-30.000.000	5	7,04
31.000.000-40.000.000	3	4,23
41.000.000-50.000.000	2	2,8
Lebih dari Rp 50.000.000	1	1,4

Sumber: Data primer diolah (2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Pendapat responden digunakan untuk memahami dan menganalisis setiap indikator dari masing-masing variabel yaitu kecepatan inovasi, *creative destruction* dan daya saing UMKM. Masing-masing indikator dianalisis dengan menentukan frekuensi distribusi. Nilai setiap indikator dijumlahkan untuk mengetahui nilai terbanyak dari setiap variabel. Analisis pendapat responden diperoleh dengan mencari nilai rata-rata dari jawaban seluruh responden di setiap indikator pada kuesioner.

Tabel 2. Jawaban Responden terhadap Variabel Penelitian

No	Variabel	Rata-Rata	Kategori
1	Kecepatan Inovasi	4,15	Tinggi
2	Daya Saing	3,97	Tinggi
3	<i>Creative Destruction</i>	4,12	Tinggi

Sumber: Data primer diolah (2022)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai rata-rata kecepatan inovasi sebesar 4,15 artinya sebagian besar responden sudah setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan yang digunakan sebagai indikator untuk mengukur variabel kecepatan inovasi dan hal ini berarti kecepatan inovasi sangat diperhatikan untuk meningkatkan daya saing UMKM.

Nilai rata-rata *creative destruction* sebesar 3,97 artinya sebagian besar responden sudah setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan yang digunakan sebagai indikator untuk mengukur variabel *creative destruction* dan hal ini berarti *creative destruction* sangat diperhatikan untuk meningkatkan daya saing UMKM. Nilai rata-rata daya saing UMKM sebesar 4,12 artinya sebagian besar responden sudah setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan yang digunakan sebagai indikator untuk mengukur variabel daya saing UMKM dan hal ini berarti daya saing UMKM sangat diperhatikan para pengusaha.

Uji Validitas

Validitas akan memberikan indikator utilitas ilmiah dari kualitas alat ukur yang digunakan dalam suatu penelitian. Suatu data tidak dapat dianalisis apabila terdapat *missing value* yang mengakibatkan jumlah sampel (n) pada setiap variabel dapat berbeda. (n) dalam penelitian ini menunjukkan jumlah sampel, dan r-tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2.

Uji validitas dalam penelitian ini merujuk pada nilai r-hitung, apabila r-hitung dari suatu pernyataan lebih besar dari r-tabel pada tingkat signifikansi maka pernyataan tersebut akan dianggap valid, dan sebaliknya. Di mana nilai r-hitung adalah *corrected item-total correlation* dan nilai signifikansi (α) = 0,05 atau 5%. Jika N valid pada penelitian ini sebesar 71, maka nilai df = 70-2 adalah 69. Dengan nilai df = 69 maka tabel r *product moment* diperoleh sebesar 0,1968.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	<i>Pearson's Correlation</i>	r-Tabel	Keterangan
Kecepatan Inovasi	X1	0,925	0,197	Valid
	X2	0,935	0,197	Valid

Variabel	Indikator	<i>Pearson's Correlation</i>	r-Tabel	Keterangan
<i>Creative Destruction</i>	X3	0,931	0,197	Valid
	X4	0,834	0,197	Valid
	X5	0,911	0,197	Valid
	Z1	0,817	0,197	Valid
	Z2	0,901	0,197	Valid
	Z3	0,949	0,197	Valid
	Z4	0,842	0,197	Valid
	Z5	0,923	0,197	Valid
	Z6	0,871	0,197	Valid
	Daya Saing UMKM	Y1	0,897	0,197
Y2		0,942	0,197	Valid
Y3		0,965	0,197	Valid
Y4		0,935	0,197	Valid
Y5		0,940	0,197	Valid
Y6		0,927	0,197	Valid

Sumber: Data primer diolah (2022)

Pada variabel kecepatan inovasi ini tidak ditemukan *missing value* sehingga jumlah N valid secara keseluruhan pada variabel ini sebanyak 71. Berdasarkan dari tabel di atas, 5 indikator dari variabel kecepatan inovasi nilai r–hitung lebih besar dari r-tabel 0,197. Hal ini dapat disimpulkan bahwa 5 indikator variabel kecepatan inovasi dinyatakan valid. Pada variabel *creative destruction* ini tidak ditemukan *missing value* sehingga jumlah N valid secara keseluruhan pada variabel ini sebanyak 71.

Berdasarkan dari Tabel di atas, 6 indikator dari variabel *creative destruction* nilai r–hitung lebih besar dari r-tabel 0,197. Hal ini dapat disimpulkan bahwa 6 indikator variabel *creative destruction* dinyatakan valid. Pada variabel daya saing UMKM ini tidak ditemukan *missing value* sehingga jumlah N valid secara keseluruhan pada variabel ini sebanyak 71. Berdasarkan dari Tabel di atas, 6 indikator dari variabel daya saing UMKM nilai r–hitung lebih besar dari r-tabel 0,197. Hal ini dapat disimpulkan bahwa 6 indikator variabel daya saing UMKM dinyatakan valid.

Selain dilakukan uji validitas maka dilakukan juga uji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *one shot* yaitu pengujian dilakukan hanya sekali yang kemudian hasilnya dibandingkan antar jawaban pertanyaan (Ghozali, 2018). Pengujian reliabilitas menggunakan program SPSS dengan cara menentukan nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel penelitian. Dan dinyatakan valid apabila *cronbach alpha* dari masing-masing variabel lebih besar dari standar minimum *cronbach alpha* dengan nilai 0,70 (Sekaran, 2006).

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar Minimum <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kecepatan Inovasi	0,945	0,7	Reliabel
<i>Creative Destruction</i>	0,944	0,7	Reliabel
Daya saing UMKM	0,971	0,7	Reliabel

Sumber: Data primer diolah (2022)

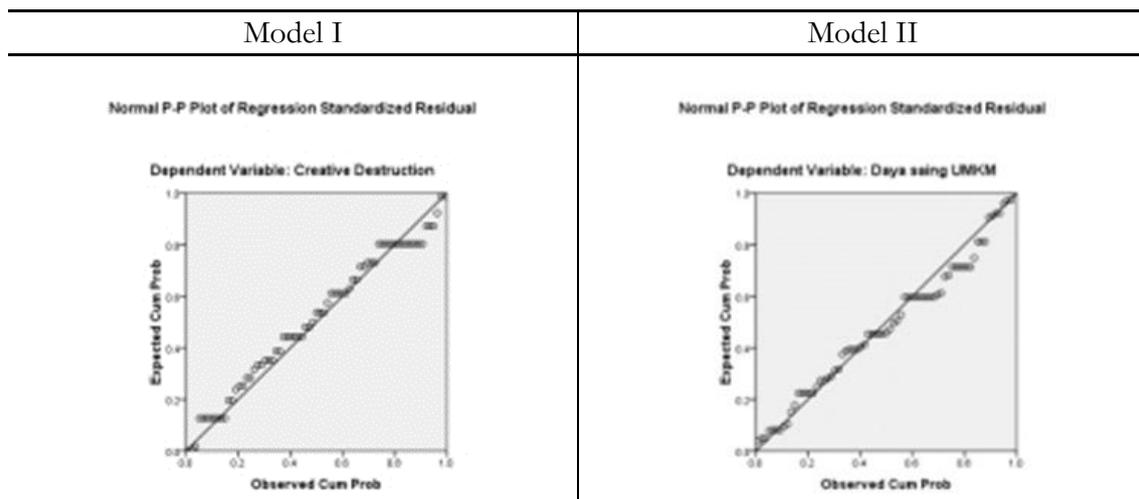
Hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan *cronbach alpha* dari masing–masing variabel penelitian memiliki nilai yang lebih besar dari nilai minimum *cronbach alpha* sebesar 0,70. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel kecepatan inovasi, *creative destruction*, dan daya saing UMKM konsistensi responden dalam menjawab kuesioner dapat diandalkan sebagai alat ukur. Dengan nilai konsistensi responden tertinggi ada pada variabel *creative destruction* yakni 94,4 persen dan variabel daya saing UMKM sebesar 97,1 persen.

Dengan adanya hasil uji validitas dan hasil uji reliabilitas yang menyatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid dan reliabel, maka dapat dilakukan uji asumsi klasik, uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan tidak akan terjadi penyimpangan pada model regresi maka dilakukanlah pengujian asumsi klasik. Pengujian ini menjadi syarat mutlak sebelum dilakukannya analisis model regresi. Adapun uji asumsi klasik penelitian ini meliputi uji normalitas, multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan pengujian terhadap nilai residual. Sedangkan pengujian dilakukan dengan menggunakan P-P Plot.

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data primer diolah (2022)

Gambar di atas menunjukkan bahwa titik-titik data berdistribusi normal karena titik-titik tersebut yang menyebar di sekitar garis diagonal. Dengan demikian syarat kenormalan

sebagai pengujian statistik dengan menggunakan regresi dapat terpenuhi. Selain itu uji normalitas dapat diuji dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas
One – Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Model I	
<i>Unstandarized Residual</i>	
N	71
<i>Kolmogorov – Smirnov Z</i>	0,932
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,35
Model II	
<i>Unstandarized Residual</i>	
N	71
<i>Kolmogorov – Smirnov Z</i>	0,963
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,311
<i>a. Test distribution is normal</i>	

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai signifikan pada model I dan model II memiliki nilai lebih dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan cara mencari nilai VIF (Variance Inflation Factor) dari model regresi untuk masing-masing variabel bebas. Jika nilai VIF kurang dari 10 maka variabel bebas tersebut tidak memiliki hubungan dengan variabel bebas lain. Hasil analisis data dapat dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model I		
Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
Kecepatan Inovasi	1,000	1,000
Model II		
Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
Kecepatan Inovasi	0,384	2,605
<i>Creatice Destruction</i>	0,384	2,605

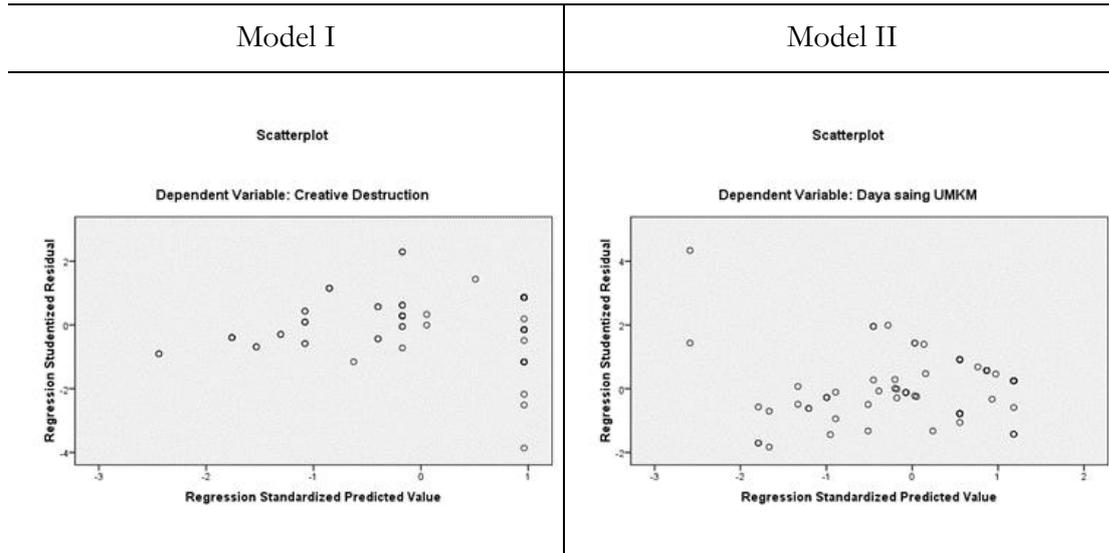
Sumber: Data primer diolah (2022)

Melalui hasil uji multikolinearitas dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* variabel tidak ada yang memiliki nilai kurang dari 10%. Nilai *variance inflation factor* (VIF) variabel juga menunjukkan hal yang sama, tidak ada nilai VIF lebih dari 10. Dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) yang didapatkan dapat disimpulkan bahwa berdasarkan model perhitungan regresi penelitian ini tidak ada multikolinearitas (hubungan) antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji model perhitungan regresi apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Masalah heteroskedastisitas terjadi apabila grafik scatterplot tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu. Dan sebaliknya Masalah heteroskedastisitas tidak akan terjadi apabila sebaran data pada grafik scatterplot teratur dan membentuk pola tertentu.

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer diolah (2022)

Gambar di atas menunjukkan tidak adanya pola tertentu pada grafik karena sebaran data berada di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga disimpulkan tidak ada masalah dengan heteroskedastisitas. Selain itu pengujian heteroskedastisitas dapat diuji dengan pengujian Glejser yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model I	
Variabel	Sig.
Constant	0,608
Kecepatan Inovasi	0,114
<i>a. dependent variable : absut 2</i>	
Model II	
Variabel	Sig.
Constant	0
Kecepatan Inovasi	0,978
Creative Destruction	0,082
<i>b. dependent variable : absut 2</i>	

Sumber: Data primer diolah (2022)

Menurut hasil uji Glejser di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05, hal ini dapat diartikan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas dalam model perhitungan regresi.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda model I dilakukan dengan rumus:

$$Z = 0,785 X_1$$

Nilai koefisien keadilan organisasi diambil 0,785. Dengan asumsi jika variabel kecepatan inovasi terjadi peningkatan, maka variabel *creative destruction* pada pengusaha UMKM yang berada di provinsi Lampung akan terjadi peningkatan. Pada perhitungan analisis regresi berganda model II dapat dimasukkan dalam persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,399 X_1 + 0,362 Z$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda di atas, menunjukkan bahwa variabel kecepatan inovasi adalah variabel yang paling dominan dalam memengaruhi daya saing UMKM yang berada di provinsi Lampung, karena nilai koefisien regresi kecepatan inovasi paling tinggi kemudian diikuti oleh variabel *creative destruction*.

Uji T

Hasil uji T adalah untuk memastikan ada tidaknya pengaruh parsial dari suatu variabel dependen terhadap variabel independen. Nilai signifikansi semua variabel lebih kecil dari nilai toleransi kesalahan yang didapatkan (0,005).

Maka dapat menunjukkan bahwa variabel kecepatan inovasi memiliki pengaruh terhadap *creative destruction*, kecepatan inovasi memiliki pengaruh terhadap daya saing, dan juga *creative destruction* memiliki pengaruh terhadap daya saing.

Tabel 8. Hasil Uji T

Variabel	Standardized Coefficients		Sig.	a
	Beta	T		
Kecepatan inovasi terhadap <i>creative destruction</i>	0.785	10.523	0	0,005
Kecepatan inovasi terhadap daya saing	0.399	2.936	0,005	0,005
<i>Creative destruction</i> terhadap daya saing	0.362	2.665	0,01	0,005

Sumber: Data primer diolah (2022)

Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi pada variabel independen dan variabel dependen ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjust R Square</i>	<i>SE</i>
1	0,875	0,616	0,611	0,50086
2	0,719	0,518	0,503	0,60846

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai koefisien determinasi (*adjusted r square*) regresi model I sebesar 0,611 yang berarti variasi perubahan *creative destruction* dapat didefinisikan oleh variabel kecepatan inovasi sebesar 61,1%, sedangkan sisanya sebanyak 38,9% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian.

Pada model II diperoleh nilai koefisien determinasi (*adjusted r square*) sebesar 0,503 yang berarti variasi perubahan daya saing UMKM dapat didefinisikan oleh variabel kecepatan inovasi dan *creative destruction* sebesar 50,3%. Sedangkan sisanya sebanyak 49,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian.

Uji F

Sesuai dengan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa regresi model I menghasilkan nilai F-hitung sebesar 110,741 dengan probabilitas signifikan 0,00 kurang dari 0,05 (taraf $\alpha = 5\%$). Hal ini dapat diartikan bahwa kecepatan inovasi memengaruhi *creative destruction* pada pengusaha UMKM yang berada di provinsi Lampung.

Sedangkan pada hasil regresi model II menghasilkan nilai F-hitung sebesar 36,482 dengan probabilitas signifikan 0,000 kurang dari 0,05 (taraf $\alpha = 5\%$). Hal ini dapat diartikan bahwa secara simultan kecepatan inovasi dan *creative destruction* berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM yang berada di provinsi Lampung. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 7 di bawah ini:

Tabel 10. Hasil Uji F

<i>Model</i>	<i>Df</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
I	1	110,741	0,000
II	2	36,482	0,000

Sumber: Data primer diolah (2022)

Uji Hipotesis

Kecepatan Inovasi Berpengaruh Secara Positif terhadap Daya Saing UMKM Pangan di Lampung

Pada tabel analisis regresi model I menunjukkan bahwa kecepatan inovasi berpengaruh secara positif terhadap daya saing UMKM pangan di Lampung dengan nilai *beta* sebesar 0,399 dan nilai signifikan 0,005 kurang dari 5%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa keadilan organisasi berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja, dengan demikian H1 diterima.

Daya Saing UMKM Pengolahan Pangan di Lampung Dipengaruhi oleh Kecepatan Inovasi dengan Variabel Mediasi *Creative Destruction*

Uji Sobel dapat dilakukan dengan menghitung S_{e-ab} dan t-statistik secara manual atau dengan memasukkan nilai yang diperoleh dari <http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm> pada perhitungan Sobel. sehingga diperoleh data sebagai berikut:

Gambar 10. Hasil Sobel Test Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing UMK melalui *Creative Destruction*

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a	0.714	Sobel test: 2.58877229	0.1075645	0.00963188
b	0.390	Aroian test: 2.57781544	0.1080217	0.00994271
s _a	0.068	Goodman test: 2.59987004	0.10710535	0.00932591
s _b	0.146	Reset all	Calculate	

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan hasil t-hitung menggunakan *preacher tool* yang diperoleh dari <http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm>, (sobel test = 2,589) lebih besar daripada t-tabel, dan nilai *p* sebesar 0,009 lebih kecil dari 0,01. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *creative destruction* adalah variabel mediasi, yang dapat mengorelasikan atau memediasi variabel pengaruh kecepatan inovasi terhadap variabel daya saing UMKM. Berdasarkan jenis mediasi, maka variabel kepuasan pelanggan tersebut sebagai variabel mediasi parsial, karena koefisien regresi kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKM dengan dikontrol variabel *creative destruction* masih tetap signifikan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing UMKM

Hasil penelitian membuktikan bahwa kecepatan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya saing UMKM pangan di Lampung. Peningkatan daya saing untuk bertahan dalam dinamisme dan kompetisi bisnis yang terus berubah harus dilakukan oleh UMKM (Rostek, 2012).

Penelitian ini mendukung pernyataan Allocca and Kessler (2006) mengenai UMKM, yang menyatakan bahwa kecepatan inovasi UMKM berbeda dengan perusahaan besar dan pemasaran produk yang inovatif dapat meningkatkan keberhasilan UMKM tersebut di tengah dinamisme persaingan bisnis. Kessler, Allocca and Rahman (2007) menyatakan bahwa pada dasarnya UMKM harus memasarkan produk baru yang sesuai dengan penilaian konsumen dan harus menyadari bahwa siklus hidup produk lebih singkat, hal ini agar UMKM mampu bertahan hidup dalam kondisi dinamisme persaingan bisnis yang ketat.

Daya Saing UMKM Pengolahan Pangan di Lampung Dipengaruhi oleh Kecepatan Inovasi dengan Variabel Mediasi *Creative Destruction*

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *creative destruction* mampu memediasi pengaruh variabel kecepatan inovasi terhadap variabel daya saing UMKM pangan di Lampung. *Creative destruction* menjadi mediasi daya saing dan inovasi karena *creative destruction* dapat meningkatkan kompetensi bisnis, mempertahankan keunikan bisnis, dan mempertahankan inovasi yang telah dikembangkan oleh suatu bisnis (Tushman and Anderson, 1986; Bosma, Stam and Schutjens, 2011; Bergek *et al.*, 2013). Menurut Tushman and Anderson (1986), Peningkatan kapabilitas memiliki tujuan menaikkan harga barang/jasa atau meningkatkan kinerja usaha yang didasari oleh ilmu pengetahuan dan kompetensi yang dimiliki (Tushman and Anderson, 1986), dengan mengembangkan desain produk melalui perbaikan komponen tertentu (Handerson and Clark, 1990 in Taneo *et al.*, 2020).

Menurut Gilbert (2012), peningkatan kompetensi dimaksudkan untuk memperkuat posisi kompetitif perusahaan dengan memanfaatkan kompetensinya dan membuat hambatan masuk bagi bisnis baru (*barriers to entry of new entrants*). Penelitian ini sejalan dengan penelitian Hutahayan and Yufra (2019), di mana daya saing UMKM dapat diciptakan dan dipertahankan oleh adanya kecepatan inovasi yang didukung oleh *creative destruction*. *Creative destruction* pada UMKM pangan dapat meningkatkan kinerja produk dan kompetensi serta mempertahankan inovasi, namun di sisi lain dapat menjadi hambatan masuk bagi perusahaan baru untuk meningkatkan daya saing UMKM pangan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Dikarenakan penelitian ini dilakukan pada masa pandemic COVID-19 menyebabkan iumlah data yang terkumpul tidak maksimal, hal tersebut disebabkan oleh banyaknya pelaku usaha UMKM pangan yang tidak melakukan produksi saat penelitian dilakukan, selain itu adanya objek penelitian yang terlalu umum hanya memberikan informasi yang tidak spesifik untuk digunakan sebagai pendukung program pemerintah. Lokasi penelitian hanya dilakukan di beberapa bagian Lampung sehingga belum dapat mewakili seluruh wilayah, serta adanya 2 metode yang digunakan untuk melakukan pencarian data dalam penelitian yang menyebabkan munculnya bias respon.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Sesuai dengan hasil penelitian dimana menyatakan adanya hubungan positif signifikan dari tiap tiap variabel dependen terhadap variabel independennya, sehingga hasil studi ini dapat menjadi referensi penting bagi para pelaku UMKM agar dapat meningkatkan *creative destruction* dengan meningkatkan kompetensi dan mempertahankan inovasi pada UMKM pangan, serta pemerintah dalam menotivasi dan mendukung para pelaku UMKM pangan di Lampung agar dapat membangun inovasi dan daya saingnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa Kecepatan inovasi berpengaruh secara positif terhadap daya saing UMKM pangan di Lampung. Artinya semakin baik kecepatan inovasi maka akan meningkatkan daya saing UMKM sector pangan di Lampung, serta *creative destruction* mampu memediasi pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKM pangan di Lampung. Hal ini membuktikan bahwa kecepatan inovasi dan *creative destruction* akan meningkatkan daya saig UMKM di Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Allocca, M.A. and Kessler, E.H. (2006) "Innovation Speed in Small and Medium-Sized Enterprises", *Creativity and Innovation Management*, 15(3), pp. 279–295. doi:10.1111/j.1467-8691.2006.00389.x.
- Ambastha, A. and Momaya, K. (2012) "Competitiveness of Firms: Review of theory, frameworks and models", *Singapore Management Review*, 26(1), pp. 45–61.
- Balkin, D.B., Markman, G.D. and Gomez-Mejia, L.R. (2000) "Is CEO pay in high-technology firms related to innovation?", *Academy of Management Journal*, 43(6), pp. 1118–1129. doi:10.2307/1556340.
- Baregheh, A., Rowley, J., Sambrook, S. and Davies, D. (2012) "Food sector SMEs and innovation types", *British Food Journal*, 114(11), pp. 1640–1653. doi:10.1108/00070701211273126.
- Bergek, A., Berggren, C., Magnusson, T. and Hobday, M. (2013) "Technological discontinuities and the challenge for incumbent firms: Destruction, disruption or creative accumulation?", *Research Policy*, 42(6-7), pp. 1210–1224. doi:10.1016/j.respol.2013.02.009.
- Bosma, N., Stam, E. and Schutjens, V. (2011) "Creative destruction and regional productivity growth: evidence from the Dutch manufacturing and services industries", *Small Business Economics*, 36(4), pp. 401–418. doi:10.1007/s11187-009-9257-8.
- Boyd, J.L. and Bresser, R.K.F. (2008) "Performance implications of delayed competitive responses: evidence from the U.S. retail industry", *Strategic Management Journal*, 29(10), pp. 1077–1096. doi:10.1002/smj.710.
- Chen, Y.-S., Lai, S.-B. and Wen, C.-T. (2006) "The Influence of Green Innovation Performance on Corporate Advantage in Taiwan", *Journal of Business Ethics*, 67(4), pp. 331–339. doi:10.1007/s10551-006-9025-5.
- Freel, M. (2006) "Patterns of Technological Innovation in Knowledge-Intensive Business Services", *Industry & Innovation*, 13(3), pp. 335–358. doi:10.1080/13662710600859157.
- Ghozali, I. (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilbert, B.A. (2012) "Creative destruction: Identifying its geographic origins", *Research Policy*, 41(4), pp. 734–742. doi:10.1016/j.respol.2011.11.005.
- Huang, X., Soutar, G.N. and Brown, A. (2002) "New Product Development Processes in Small and Medium-Sized Enterprises: Some Australian Evidence", *Journal of Small Business Management*, 40(1), pp. 27–42. doi:10.1111/1540-627x.00036.
- Hutahayan, B. and Yufra, S. (2019) "Innovation speed and competitiveness of food small and medium-sized enterprises (SME) in Malang, Indonesia", *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(5), pp. 1152–1173. doi:10.1108/jstpm-12-2017-0071.
- Kessler, E.H., Allocca, M.A. and Rahman, N. (2007) "External Knowledge Accession and Innovation Speed in the Small and Medium Sized Enterprise (SME)", *Small Enterprise Research*, 15(1), pp. 1–21. doi:10.1080/13215906.2007.11005829.

- Kessler, E.H. and Chakrabarti, A.K. (1996) “Innovation Speed: A Conceptual Model of Context, Antecedents, and Outcomes”, *Academy of Management Review*, 21(4), pp. 1143–1191. doi:10.5465/amr.1996.9704071866.
- Kivimaa, P. and Kern, F. (2016) “Creative destruction or mere niche support? Innovation policy mixes for sustainability transitions”, *Research Policy*, 45(1), pp. 205–217. doi:10.1016/j.respol.2015.09.008.
- Love, J.H. and Roper, S. (2007) *Innovation, Productivity and Growth: An Analysis of Irish Data*, in Susman, G. I. (ed.) *Small and Medium-Sized Enterprises and the Global Economy*. Chettenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited.
- Neely, A. and Hii, J. (1998) *Innovation and Business Performance : A Literature Review*. Cambridge: The Judge Institute of Management Studies University of Cambridge.
- Putri, A.I. (2020). *Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing Dengan Creative destruction Sebagai Mediator Pada UMKM Pengolahan Pangan di Daerah Istimewa Yogyakarta*. [online] Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Available at: <http://etd.eprints.ums.ac.id>.
- Rostek, K. (2012) “The reference model of competitiveness factors for SME medical sector”, *Economic Modelling*, 29(5), pp.2039–2048. doi:10.1016/j.econmod.2012.03.002.
- Sekaran, U. (2006) *Research Methods for Business (Metodologi Penelitian untuk Bisnis)*. Buku 2. 4th edn. Jakarta. [online] Salemba Empat. Available at: <http://kc.umh.ac.id>.
- Sekaran, U. and Bougie, R. (2013) *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 6th edn. New York: Wiley.
- Porter, M.E. (1990) *The Competitive Advantage of Nations: With a New Introduction*. New York: Simon & Schuster Inc.
- Taneo, S.Y.M., Hadiwidjojo, D., Sunaryo, S. and Sudjatno, S. (2020) “Creative destruction and knowledge creation as the mediation between innovation speed and competitiveness of food small and medium-sized enterprises in Malang, Indonesia”, *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 30(2), pp. 195–218. doi:10.1108/cr-12-2017-0090.
- Tidd, J. and Bessant, J. (2009) *Managing Innovation, Integrating Technological, Market, and Organizational Change*. 4th edn. West Sussex: John Wiley & Sons, Ltd.
- Tushman, M.L. and Anderson, P. (1986) “Technological Discontinuities and Organizational Environments Philip Anderson”, *Administrative Science Quarterly*, 31(3), pp. 439–465.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2018 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah