

ABSTACT

This study aims to test and analyze the influence of capital and business location on increasing MSME income with product innovation as a mediating variable (case study of food and beverage MSMEs in Bangkalan Regency). The sampling technique used was purposive sampling with 110 respondents. This study used the SmartPLS analysis tool with the SEM (Structural Equation Modeling) version 3.0 analysis method. The results of the study indicate that capital and business location variables have a significant positive effect on increasing MSME income. Capital and business location variables have a significant positive effect on product innovation. Product innovation variables can mediate the role of capital and business location on increasing MSME income.

Keywords: Capital, Business Location, Income Increase, MSMEs, Product Innovation, Mediation

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh modal dan lokasi usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM dengan inovasi produk sebagai variabel mediasi (studi kasus umkm makanan dan minuman di kabupaten Bangkalan). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan responden sebanyak 110 responden. Penelitian ini menggunakan alat analisis SmartPLS dengan metode analisis SEM (Struktural Equation Modeling) versi 3.0. hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal dan lokasi usaha berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Variabel modal dan lokasi usaha berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi produk. Variabel inovasi produk dapat memediasi peran modal dan lokasi usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

Kata kunci : Modal, Lokasi Usaha, Peningkatan Pendapatan, UMKM, Inovasi Produk, Mediasi

DAFTAR ISI

BAB I	XVI
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II	11
KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Teori Neo Klasik	11
2.1.2 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	12
2.1.3 Modal	14
2.1.4 Lokasi Usaha	15
2.1.5 Peningkatan Pendapatan	16
2.1.6 Inovasi Produk	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Berpikir	22
2.4 Pengembangan Hipotesis	23
2.4.1 Modal dan Peningkatan Pendapatan UMKM	23
2.4.2 Lokasi Usaha dan Peningkatan Pendapatan UMKM	24
2.4.3 Modal dan Inovasi Produk	25
2.4.4 Lokasi Usaha dan Inovasi Produk	25
2.4.5 Inovasi Produk dan Peningkatan Pendapatan UMKM	26
2.4.6 Mediasi Inovasi Produk dalam Hubungan Modal dan Peningkatan Pendapatan UMKM	26
2.4.6 Mediasi Inovasi Produk dalam Hubungan Lokasi Usaha dan Peningkatan Pendapatan UMKM	28
BAB III	30
METODE PENELITIAN	30
3.1 Objek Penelitian	30
3.2 Jenis Penelitian	30

3.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	30
3.1.1 Populasi	30
3.1.2 Sampel	31
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.5 Definisi Operasional Variabel	32
3.5.1 Variabel Independen	32
3.5.2 Variabel Dependen	33
3.5.3 Variabel Mediasi.....	34
3.6 Teknik Analisis Data.....	34
<u>A.</u> Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	35
1. Validitas Konvergen	35
2. Validitas Diskriminan.....	36
3. Uji Reliabilitas	36
<u>B.</u> Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	36
1. Koefisien Determinasi (R^2).....	37
2. Uji Signifikan Jalur (Path coefficient)	37
3.6.1 Uji Hipotesis.....	37
3.6.2 Uji Mediasi	38
BAB IV	39
HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Hasil Penelitian	39
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian	39
4.2 Karakteristik Responden.....	39
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	40
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan	41
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Usaha	42
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	42
4.3.1 Modal (X_1).....	43
4.3.2 Lokasi Usaha (X_2).....	45
4.3.3 Peningkatan pendapatan (Y)	47
4.3.4 Inovasi produk (Z).....	48
4.4 Analisis Data.....	51

4.5 Analisis Model Pengukuran (Outer Model)	51
4.5.1 Uji Validitas Konvergen (<i>Convergen Validity</i>)	53
4.5.2 Uji Validitas Diskriminan.....	54
4.5.3 Uji Reabilitas	56
4.6 Analisis Model Structural (Inner Model)	57
4.6.1 Uji Koefisien Determinan (R-Square).....	57
4.6.2 Pengujian Hipotesis.....	58
4.7 Pembahasan	62
BAB V	71
Kesimpulan dan Saran	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	72
5.3 Keterbatasan	73
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 3.1</i> Pengukuran Skala Likert.....	32
<i>Tabel 3.2</i> Definisi Operasional Variabel Independen	33
<i>Tabel 3.3</i> Definisi Operasional Variabel dependen	34
<i>Tabel 3.4</i> Definisi Operasional Variabel Mediasi	34
<i>Tabel 4.1</i> Rincian Jumlah Kuesioner	39
<i>Tabel 4. 2</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	40
<i>Tabel 4. 3</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
<i>Tabel 4. 4</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan	41
<i>Tabel 4. 5</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Laba Usaha	42
<i>Tabel 4. 6</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Posisi/jabatan	42
<i>Tabel 4. 7</i> Tanggapan Responden Variabel Modal.....	43
<i>Tabel 4. 8</i> Tanggapan Responden Variabel Lokasi Usaha.....	45
<i>Tabel 4. 9</i> Tanggapan Responden Variabel Peningkatan pendapatan	47
<i>Tabel 4. 10</i> Tanggapan Responden Variabel Inovasi produk	48
<i>Tabel 4. 11</i> Outer loading	53
<i>Tabel 4. 12</i> Hasil Validitas Diskriminan (<i>Cross Loading</i>).....	55
<i>Tabel 4. 13</i> Hasil Validitas Diskriminan (<i>Fornell-Larcker Criterion</i>).....	56
<i>Tabel 4. 14</i> Hasil Composite Reliability	56
<i>Tabel 4. 15</i> Hasil Cronbach's Alpha	57
<i>Tabel 4. 16</i> Hasil Uji R-Square.....	57
<i>Tabel 4. 17</i> Hasil Uji Pengaruh Langsung (<i>Path Coefficient</i>)	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	22
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	23
Gambar 4. 1 Model Struktural.....	51
Gambar 4. 2 Outer Model	52