

## PENINGKATAN KINERJA BISNIS USAHA KECIL DAN MENENGAH DENGAN STRATEGI HARGA, PENERAPAN TEKNOLOGI DAN KEWIRAUSAHAAN

R.Ferry Bakti Atmaja<sup>1</sup>, Seno Hadi Saputro<sup>2</sup>, R. Burham Isnanto<sup>3</sup> Ari Amir Alkodri<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>ISB Atma Luhur

<sup>1</sup>email: [baktiatmaja@atmaluhur.ac.id](mailto:baktiatmaja@atmaluhur.ac.id)

<sup>2</sup>email: [seno.hadi@atmaluhur.ac.id](mailto:seno.hadi@atmaluhur.ac.id)

<sup>3</sup>email: [burham@atmaluhur.ac.id](mailto:burham@atmaluhur.ac.id)

<sup>4</sup>email: [arie\\_a3@atmaluhur.ac.id](mailto:arie_a3@atmaluhur.ac.id)

### ABSTRACT

*The role of MSMEs in many developing countries such as Indonesia has difficulty in increasing their output because they are unable to compete with online stores. Pricing strategy is a way to maintain the liquidity of a company. Utilization of Information Technology in MSMEs is needed considering the low utilization of Information Technology caused by low understanding of the benefits of Information Technology. Marketing strategies must be applied to small and medium-sized businesses so that their trade turnover remains stable with innovations and new breakthroughs being carried out. The purpose of this study was to determine the effect of pricing strategies, application of technology, and entrepreneurial ability on MSME business performance. The research method was conducted by distributing questionnaires to 110 respondents and using 4 hypotheses. Several tests were conducted including validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, coefficient of determination Test, T test and F test. The final result of the study is from the coefficient of determination test has an adjusted R square of 0.602 means that 60.2% of the three variables can explain the variance of business performance variables, for the remaining 39.8% explained other variables. From the calculation of F obtained F count value 56,000 greater than F table 2.69 means that the variable price strategy, application of technology, and entrepreneurial ability have a simultaneous effect on business performance.*

*Keywords: MSME, Pricing Strategy, Technology Implementation*

### ABSTRAK

Peran UKM di banyak negara berkembang seperti di Indonesia mengalami kesulitan dalam meningkatkan outputnya karena kalah bersaing dengan toko online. Strategi harga merupakan cara untuk mempertahankan likuiditas sebuah perusahaan. Pemanfaatan teknologi informasi pada UMKM diperlukan mengingat masih rendahnya pemanfaatan teknologi informasi yang disebabkan rendahnya pemahaman terhadap manfaat teknologi informasi. Strategi pemasaran harus diterapkan pada bisnis kecil dan menengah agar omzet dagangannya tetap stabil dengan inovasi dan dobrakan baru yang dijalankan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh strategi harga, penerapan teknologi, dan kemampuan kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM. Metode penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 110 responden dan menggunakan 4 hipotesis. Beberapa uji dilakukan diantaranya uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien determinasi, uji T dan uji F. Hasil akhir penelitian adalah dari uji koefisien determinasi memiliki adjusted R square sebesar 0,602 artinya 60,2% ketiga variabel dapat menjelaskan varian dari variabel kinerja usaha, untuk sisanya sebesar 39,8% dijelaskan variabel lain. Dari perhitungan F diperoleh nilai F hitung 56.000 lebih besar dari F tabel 2,69 artinya variabel strategi harga, penerapan teknologi, dan kemampuan kewirausahaan mempunyai pengaruh yang simultan terhadap kinerja usaha.

**Kata Kunci: UMKM, strategi harga, penerapan teknologi**

## 1. Pendahuluan

Konsep society 5.0 dalam dunia revolusi industri 4.0 menjadikan manusia sebagai sumber inovasi dimana tidak hanya terbatas untuk faktor manufaktur industri tetapi juga memecahkan masalah sosial dengan bantuan integrasi ruang fisik dan virtual (Nastiti et al., n.d.). Begitu juga penerapan revolusi industri 4.0 dalam rangka memajukan kinerja bisnis kecil dan menengah. e-marketplace UMKM menghadapi revolusi industri 4.0 pada era digitalisasi menemui penghambat berupa keterbatasan media untuk online, keterbatasan tenaga kerja, keterbatasan koneksi internet, lamanya pengiriman, keterbatasan sumber daya manusia yang dimiliki UMKM untuk memasuki pasar digital, kurangnya koordinasi antar dinas, dan atmosfer kompetitif dari pesaing. (Husnurrosyidah, 2019). UMKM di Indonesia dapat bertahan di masa krisis ekonomi disebabkan oleh 4 hal yaitu sebagian UMKM menghasilkan barang-barang konsumsi (*consumer goods*) khususnya yang tidak tahan lama, mayoritas UMKM lebih mengandalkan pada *non banking financial* dalam aspek pendanaan usaha, pada umumnya UMKM melakukan spesialisasi produk yang ketat dalam arti hanya memproduksi barang atau jasa tertentu saja, dan terbentuknya UMKM baru sebagai akibat dari banyaknya pemutusan hubungan kerja di perusahaan akibat pandemi atau krisis keuangan yang dialami (Ukm et al., 2003). Peran UKM di banyak negara berkembang seperti di Indonesia mengalami kesulitan dalam meningkatkan outputnya karena kalah bersaing dengan toko online. Strategi pemasaran merupakan cara untuk mempertahankan likuiditas sebuah perusahaan (Septiani et al., 2021). Kegagalan UMKM dalam penetapan harga akan berdampak pada likuiditas karena penetapan harga yang tidak baik akan berdampak terganggunya arus kas yang berasal dari sisi aset lancar dan menyebabkan kesulitan likuiditas perusahaan. (Wattimena & Irmansyah, 2020). Strategi pemasaran harus diterapkan pada bisnis kecil dan menengah agar omzet dagangannya tetap stabil dengan inovasi dan

dobrakkan baru yang dijalankan. Rencana strategi pemasaran menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak berbagai kegiatan atau inovasi pemasaran terhadap permintaan produk menggunakan seperangkat alat pemasaran teknis yang dapat dikendalikan dan dipadukan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pada pasar sasaran tertentu. Strategi pemasaran meliputi produk, harga, promosi, dan lokasi (Dimas Hendika Wibowo, 2015). UMKM yang paling banyak mendominasi di Indonesia adalah 40% kuliner, 18% fashion, 16% bidang seni, yang kebanyakan metode pemasarannya masih secara tradisional. Pemanfaatan TIK pada UMKM diperlukan mengingat masih rendahnya pemanfaatan TIK yang disebabkan rendahnya pemahaman terhadap manfaat TIK, rendahnya ketersediaan investasi, dan rendahnya dukungan lembaga pemerintah (Aurora Lubis & Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univ Jambi, 2016). Beberapa kendala seperti tidak memiliki komputer dalam menunjang usahanya, belum mampu mengoperasikan komputer dengan baik, tidak familiar dengan media sosial dan *online shopping* menjadikan pengembangan digitalisasi online UMKM menjadi lambat. Manfaat penggunaan TIK dalam bisnis online diantaranya untuk memperlancar komunikasi melalui pesan teks, email, video chatting, dan sosial media; untuk menarik konsumen dengan kemudahan akses terhadap produk yang dipasarkan; untuk efektivitas biaya dengan berkurangnya biaya operasional promosi tradisional yang digantikan dengan promosi internet; untuk menjembatani kesenjangan budaya dengan memungkinkannya berinteraksi dengan semua orang di dunia; untuk memaksimalkan waktu berjualan dengan kemampuan berjualan online 24 jam; dan untuk membuka lapangan kerja baru dengan direkrutnya desainer dan programmer pengelola bisnis online (Basry & Sari, 2018).

## 2. Tinjauan Pustaka dan Pengembangan hipotesis

Penelitian (Handayani et al., 2021) secara khusus membahas pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi oleh

UMKM dengan hasil pelatihan yang dibutuhkan pengusaha UMKM adalah pelatihan pemasaran digital, pelatihan produksi, dan pelatihan pengelolaan keuangan. Dengan pelatihan tersebut maka akan mengakselerasi digital bagi pelaku UMKM. Penelitian (Prasetyo et al., n.d.) mengenai pentingnya penerapan strategi penentuan harga jual agar pelaku usaha bisa membuat analisa biaya yang digunakan dalam proses produksi dengan baik sehingga pelaku usaha mengetahui besaran profit yang didapatkan dan usaha tersebut bisa lebih berkembang.

$$Y = 5,032 + 0,291X1 + 0,824X2 + 0,339X3$$

H1 strategi harga mempengaruhi kinerja usaha, H2 penerapan teknologi mempengaruhi kinerja usaha, H3 kemampuan kewirausahaan mempengaruhi kinerja usaha, H4 gabungan ketiga variabel mempengaruhi kinerja usaha.

### 3. Model Penelitian

Model penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1 Model Penelitian

### 4. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan 110 responden yang berprofesi sebagai pelaku usaha kecil dan menengah di bidang kuliner penjual makanan, bidang *fashion* menjual pakaian, bidang otomotif bengkel kecil, bidang teknologi warnet, bidang kecantikan salon, bidang produk kreatif penjual aksesoris, dan bidang jasa kebersihan *laundry*. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Juni 2022. Tujuan penelitian ini untuk

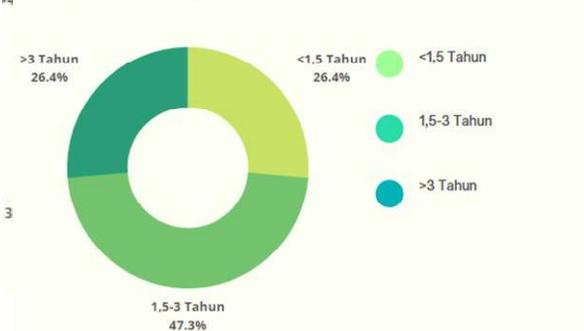
mengetahui pengaruh strategi harga, penerapan teknologi, dan kemampuan kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM.

### 5. Hasil dan Pembahasan

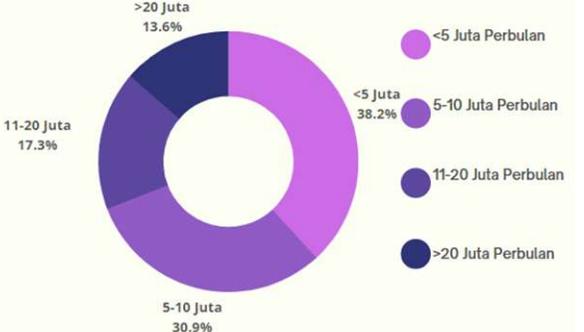
Terdapat 110 responden yang mengisi kuesioner dan berprofesi sebagai pelaku usaha kecil dan menengah di bidang kuliner penjual makanan, bidang *fashion* menjual pakaian, bidang otomotif bengkel kecil, bidang teknologi warnet, bidang kecantikan salon, bidang produk kreatif penjual aksesoris, dan bidang jasa kebersihan *laundry*. Sebaran pemilik usaha sebagai berikut:

#### Profil Responden Berdasarkan Usia

##### Profil Responden Berdasarkan Lama Usaha Berdiri



##### Profil Responden Berdasarkan Perputaran Modal Perbulan



#### Profil Responden Berdasarkan Usia



Gambar 1

**Profil Responden**

**Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah (valid) kuesioner yang dibuat atau tidak. Nilai R hitung harus lebih besar dari R Tabel untuk dikatakan valid. Dari perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil analisis sebagai berikut:

**Tabel 1**

**Uji Validitas Strategi Harga**

	SH1	SH2	SH3	SH4	SH5	SH6	Total
SH1	1	.750**	.795**	.752**	.772**	.768**	.856**
SH2	.750**	1	.870**	.977**	.858**	.858**	.949**
SH3	.795**	.870**	1	.864**	.978**	.894**	.965**
SH4	.752**	.977**	.864**	1	.853**	.852**	.946**
SH5	.772**	.858**	.978**	.853**	1	.873**	.954**
SH6	.768**	.858**	.894**	.852**	.873**	1	.936**
Total	.856**	.949**	.965**	.946**	.954**	.936**	1

Untuk nilai variabel R-hitung diketahui sebesar 0,856; 0,949; 0,965; 0,946; 0,954; dan 0,936 yang berarti seluruh nilai tersebut lebih besar dibandingkan nilai R Tabel yang sebesar 0,19 sehingga variabel strategi harga adalah valid.

**Tabel 2**

**Uji Validitas Penerapan Teknologi**

	PT1	PT2	PT3	PT4	PT5	TOTAL
PT1	1	.824**	.790**	.792**	.753**	.908**
PT2	.824**	1	.822**	.846**	.797**	.935**
PT3	.790**	.822**	1	.790**	.800**	.917**
PT4	.792**	.846**	.790**	1	.821**	.923**
PT5	.753**	.797**	.800**	.821**	1	.907**
TOTAL	.908**	.935**	.917**	.923**	.907**	1

Untuk nilai variabel R-hitung diketahui sebesar 0,908; 0,935; 0,917; 0,923; dan 0,907 yang berarti seluruh nilai tersebut lebih besar dibandingkan nilai R Tabel yang sebesar 0,19 sehingga variabel penerapan teknologi adalah valid.

**Tabel 3**

**Uji Validitas Kemampuan Kewirausahaan**

	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	Total
KK1	1	.685**	.690**	.717**	.703**	.651**	.698**	.678**	.816**
KK2	.685**	1	.883**	.884**	.872**	.842**	.707**	.748**	.929**
KK3	.690**	.883**	1	.869**	.856**	.825**	.692**	.706**	.915**
KK4	.717**	.884**	.869**	1	.989**	.831**	.669**	.785**	.946**
KK5	.703**	.872**	.856**	.989**	1	.810**	.648**	.797**	.936**
KK6	.651**	.842**	.825**	.831**	.810**	1	.709**	.768**	.902**
KK7	.698**	.707**	.692**	.669**	.648**	.709**	1	.673**	.818**
KK8	.678**	.748**	.706**	.785**	.797**	.768**	.673**	1	.863**
Total	.816**	.929**	.915**	.946**	.936**	.902**	.818**	.863**	1

Untuk nilai variabel R-hitung diketahui sebesar 0,816; 0,929; 0,915; 0,946; 0,936; 0,902; 0,818; dan 0,863 berarti seluruh nilai tersebut lebih besar dibandingkan nilai R Tabel yang sebesar 0,19 sehingga variabel kemampuan kewirausahaan adalah valid

**Tabel 4**

**Uji Validitas Kinerja Usaha**

	KU1	KU2	KU3	KU4	KU5	KU6	KU7	KU8	KU9	KU10	TOT
KU1	1	.862	.820	.852	.750	.730	.810	.703	.750	.730	.895
KU2	.862	1	.875	.859	.751	.727	.800	.695	.751	.727	.899
KU3	.820	.875	1	.886	.792	.746	.833	.715	.792	.746	.917
KU4	.852	.859	.886	1	.768	.742	.838	.739	.768	.742	.916
KU5	.750	.751	.792	.768	1	.796	.775	.738	1.000	.796	.912
KU6	.730	.727	.746	.742	.796	1	.721	.700	.796	1.000	.887
KU7	.810	.800	.833	.838	.775	.721	1	.754	.775	.721	.898
KU8	.703	.695	.715	.739	.738	.700	.754	1	.738	.700	.832
KU9	.750	.751	.792	.768	1.000	.796	.775	.738	1	.796	.912
KU10	.730	.727	.746	.742	.796	1.000	.721	.700	.796	1	.887
TOT	.895	.899	.917	.916	.912	.887	.898	.832	.912	.887	1

Untuk nilai variabel R-hitung diketahui sebesar 0,895; 0,899; 0,917; 0,916; 0,912; 0,887; 0,898; 0,832; 0,912; dan 0,887 yang berarti seluruh nilai tersebut lebih besar dibandingkan nilai R Tabel yang sebesar

0,19 sehingga variabel kinerja usaha adalah valid.

Dari hasil analisis juga diketahui bahwa nilai signifikansi untuk semua kriteria dari strategi harga, penerapan teknologi, kemampuan kewirausahaan, dan kinerja usaha bernilai kurang dari 0,05 sehingga nilainya semua valid signifikan.

**Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan alat ukur dari kuesioner dapat diandalkan. Hasil pengujian reliabel apabila nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,6. Dari perhitungan reliabilitas cronbach alpha diperoleh hasil:

**Tabel 5**  
**Uji Reliabilitas Strategi Harga**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,971	6

**Tabel 6**  
**Uji Reliabilitas Penerapan Teknologi**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,953	5

**Tabel 7**  
**Uji Reliabilitas Kemampuan Kewirausahaan**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,962	8

**Tabel 8**  
**Uji Reliabilitas Kinerja Usaha**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,973	10

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil uji reliabilitas variabel strategi harga, penerapan teknologi, kemampuan

kewirausahaan, dan kinerja usaha memiliki hasil cronbach alpha 0,971; 0,953; 0,962 dan 0,973 sehingga nilai semuanya lebih besar dari 0,6. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa semua data variabel adalah Reliabel semua.

**Uji Normalitas**

**Tabel 9**  
**Uji Normalitas Strategi Harga terhadap Kinerja Usaha**

	Unstandardized Residual
N	110
Kolmogorov-Smirnov Z	,645
Asymp. Sig. (2-tailed)	,800

a. Test distribution is Normal.

**Tabel 10**  
**Uji Normalitas Penerapan Teknologi Terhadap Kinerja Usaha**

	Unstandardized Residual
N	110
Kolmogorov-Smirnov Z	,793
Asymp. Sig. (2-tailed)	,556

a. Test distribution is Normal.

**Tabel 11**  
**Uji Normalitas Kemampuan Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha**

	Unstandardized Residual
N	110
Kolmogorov-Smirnov Z	,361
Asymp. Sig. (2-tailed)	,999

a. Test distribution is Normal.

**Tabel 12**  
**Uji Normalitas SH PT KK Terhadap Kinerja Usaha**

	Unstandardized Residual
N	110
Kolmogorov-Smirnov Z	,644
Asymp. Sig. (2-tailed)	,802

a. Test distribution is Normal.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi berdistribusi normal atau tidak. Sebuah

model yang berdistribusi normal atau mendekati normal dapat layak digunakan pengujian secara statistik.

Dari uji normalitas yang dilakukan diperoleh hasil nilainya 0,800; 0,556; 0,999; dan 0,802. Dari nilai tersebut diperoleh nilai yang > 0,05 Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

**Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi terdapat adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen. Apabila terdapat korelasi yang tinggi maka akan mengganggu hubungan variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 13**  
**Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5,032	2,486		2,024	,045		
StrategiHarga	,291	,130	,182	2,232	,028	,550	1,818
PenerapanTeknologi	,824	,163	,422	5,062	,000	,525	1,904
KemampuanKewirausahaan	,339	,093	,298	3,646	,000	,547	1,830

a. Dependent Variable: KinerjaUsaha

Berdasarkan hasil analisis uji multikolinearitas terlihat nilai toleransi dari variabel strategi harga, penerapan teknologi, dan kemampuan kewirausahaan adalah sebesar 0,550; 0,525; dan 0,547. Karena batas toleransi adalah 0,1 sehingga disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Nilai VIF juga dibawah 10 untuk setiap variabel independen yaitu strategi harga 1,818, penerapan teknologi 1,904, dan kemampuan kewirausahaan 1,803.

**Uji heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual antar responden. Model yang baik tentu saja apabila tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 14**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,362	1,487		2,261	,026
StrategiHarga	-,025	,078	-,041	-,320	,749
PenerapanTeknologi	,156	,097	,213	1,607	,111
KemampuanKewirausahaan	-,053	,056	-,122	-,944	,347

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diperoleh nilai sig dari variabel strategi harga, penerapan teknologi, dan kemampuan kewirausahaan mempunyai nilai 0,749; 0,111; dan 0,347 yang ketiganya bernilai lebih besar dari 0,05 sehingga disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas

**Uji koefisien determinasi**

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui atau memprediksi seberapa besar kontribusi variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen.

**Tabel 15**

**Uji koefisien determinasi 3 variabel SH, PT, KK terhadap Kinerja Usaha**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,783 <sup>a</sup>	,613	,602	5,524

a. Predictors: (Constant), KemampuanKewirausahaan, StrategiHarga, PenerapanTeknologi

Berdasarkan uji koefisien determinasi untuk 3 variabel independen strategi harga, penerapan teknologi, dan kemampuan kewirausahaan terhadap kinerja usaha diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,602 artinya 60,2% ketiga variabel tersebut dapat menjelaskan varian dari variabel kinerja usaha. Untuk sisanya sebesar 39,8% dijelaskan oleh variabel lain.

**Persamaan Regresi**

Persamaan regresi adalah persamaan garis yang mewakili hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Untuk penelitian yang kita lakukan memiliki persamaan regresi:

**Tabel 16**  
**Persamaan regresi**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,032	2,486		2,024	,045
StrategiHarga	,291	,130	,182	2,232	,028
PenerapanTeknologi	,824	,163	,422	5,062	,000
KemampuanKewirausahaan	,339	,093	,298	3,646	,000

a. Dependent Variable: KinerjaUsaha

Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh persamaan regresi untuk penelitian adalah

$$Y = 5,032 + 0,291X_1 + 0,824X_2 + 0,339X_3$$

Sehingga jika variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan X<sub>3</sub> bernilai 0 maka Y adalah 5,032

**Uji Hipotesis**

Dasar pengambilan keputusan pada uji hipotesis didasarkan kepada perhitungan dimana apabila H<sub>0</sub>= Tidak terdapat pengaruh signifikan antara SH, PT, KK terhadap KU

H<sub>1</sub>= Terdapat pengaruh signifikan antara SH, PT, KK terhadap KU

Sehingga apabila nilai T hitung < T tabel maka H<sub>0</sub> diterima, sedangkan apabila T hitung > T tabel maka H<sub>0</sub> ditolak.

**Tabel 17**  
**Hasil Uji Hipotesis T Hitung variabel SH,PT,KK terhadap KU**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,032	2,486		2,024	,045
StrategiHarga	,291	,130	,182	2,232	,028
PenerapanTeknologi	,824	,163	,422	5,062	,000
KemampuanKewirausahaan	,339	,093	,298	3,646	,000

a. Dependent Variable: KinerjaUsaha

Nilai T tabel = DF = 110 – 4 =106 nilai T Tabel pada 106 untuk sig 0,05 adalah 1,982

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai untuk:

- a. Strategi harga nilai T hitung 2,232 > 1,982 dan nilai sig nya 0,028 < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara strategi harga terhadap kinerja usaha
- b. Penerapan teknologi nilai T hitung 5,062 > 1,982 dan nilai sig nya 0,000 < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>2</sub> diterima, disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penerapan teknologi terhadap kinerja usaha
- c. Kemampuan kewirausahaan nilai T hitung 3,646 > 1,982 dan nilai sig nya 0,000 < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>3</sub> diterima, disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kemampuan kewirausahaan terhadap kinerja usaha

Dari perhitungan F hitung diperoleh nilai F

**Tabel 18**  
**Hasil Uji F Hitung variabel SH,PT,KK terhadap KU**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5126,296	3	1708,765	56,000	,000 <sup>a</sup>
Residual	3234,467	106	30,514		
Total	8360,764	109			

a. Dependent Variable: KinerjaUsaha

b. Predictors: (Constant), KemampuanKewirausahaan, StrategiHarga, PenerapanTeknologi

Nilai F Tabel untuk DF<sub>1</sub>=3 dan DF<sub>2</sub>=4 mendapatkan nilai 2,69

Dari perhitungan terlihat bahwa nilai F hitung 56,000 > F tabel 2,69. Sehingga disimpulkan bahwa variabel strategi harga, penerapan teknologi, dan kemampuan kewirausahaan mempunyai pengaruh yang simultan terhadap kinerja usaha. Hal itu menunjukkan bahwa apabila secara simultan variabel independen SH, PT, dan KK mengalami peningkatan maka kinerja usaha juga secara signifikan akan mengalami peningkatan. Dengan begitu hipotesis 4 (H<sub>4</sub>) pada metode penelitian yang kita ajukan dapat diterima.

Sebagai hasil penelitian strategi harga berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha maka pelaku usaha kecil dan menengah untuk meningkatkan produktifitas penjualannya harus berhati-hati dalam

menentukan harga barang yang mereka jual. Adanya pandemi dan krisis ekonomi membuat banyak konsumen lebih memilih untuk menghemat pengeluaran untuk prioritas dan lebih memilih barang dengan harga yang lebih murah. Perlu adanya riset terhadap harga pesaing produk sejenis terlebih dahulu sebelum memutuskan sebuah harga produk. Konsumen pasti akan lebih tertarik dengan produk berkualitas bagus dan memiliki harga lebih murah dibandingkan produk sejenis. Dalam rangka menciptakan produk murah bisa dipikirkan juga bahan baku, optimalisasi modal usaha, dan pemanfaatan SDM agar UMKM bisa terus beroperasi.

Sebagai hasil penelitian penerapan teknologi berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha maka pelaku usaha kecil dan menengah perlu memikirkan efektivitas proses pembuatan dan penjualan produk UMKM menggunakan penerapan teknologi. Perlu adanya usaha khusus agar adanya penerapan teknologi tidak membebani biaya usaha. Dalam proses pembuatan adanya bantuan teknologi mesin akan membuat pengerjaan menjadi lebih cepat dan lebih banyak hasil produksinya, sedangkan pada penjualan dengan penerapan internet sebagai *e commerce*, pemanfaatan media sosial untuk berjualan, penerapan teknopreneur dan penjualan melalui ojek online jelas akan memperluas pangsa pasar UMKM.

Sebagai hasil penelitian kemampuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha maka pelaku usaha kecil dan menengah perlu menambah wawasan, banyak membaca buku, mengikuti training kewirausahaan dan kegiatan lainnya yang mendukung adanya inovasi dari usaha UMKM yang mereka miliki. Kemampuan untuk membuat keputusan berbeda dibandingkan kompetitor sejenis dalam hal pengelolaan modal, penggunaan teknologi, inovasi produk baru, inovasi pemasaran, dan inovasi lainnya akan tetap menjaga kestabilan usaha UMKM

## 6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan diperoleh kesimpulan bahwa empat hipotesis

awal tercapai dan tidak ditolak. Uji validitas untuk strategi harga, penerapan teknologi, dan kemampuan kewirausahaan semua lebih besar daripada R tabel sehingga dikatakan valid. Uji reliabilitas untuk strategi harga, penerapan teknologi, dan kemampuan kewirausahaan semua memiliki hasil cronbach alpha lebih besar dari 0,6 sehingga dikatakan reliabel. Uji normalitas untuk strategi harga, penerapan teknologi, dan kemampuan kewirausahaan semua memiliki nilai *asyp.sig* lebih besar dari 0,05 sehingga dikatakan berdistribusi normal. Uji multikolinearitas untuk strategi harga, penerapan teknologi, dan kemampuan kewirausahaan memiliki nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas untuk strategi harga, penerapan teknologi, dan kemampuan kewirausahaan memiliki nilai di atas 0,05 sehingga dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji koefisien determinasi untuk strategi harga, penerapan teknologi, dan kemampuan kewirausahaan memiliki nilai *adjusted R square* sebesar 0,602 artinya 60,2% ketiga variabel dapat menjelaskan varian dari variabel kinerja usaha, untuk sisanya sebesar 39,8% dijelaskan variabel lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aurora Lubis, T., & Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univ Jambi, P. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Jambi. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 3(3), 2338–4603.
- Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *IKRA-ITH INFORMATIKA : Jurnal Komputer Dan Informatika*, 2(3), 53–60. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-informatika/article/view/266>
- Dimas Hendika Wibowo. (2015). Strategi dan Program Pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Handayani, E., Sari, P. P., & Islami, M. J. (2021). Pemanfaatan Teknologi

- Informasi dan Komunikasi (TIK) oleh UMKM pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 10(2), 113. <https://doi.org/10.31504/komunika.v10i2.4622>
- Husnurrosyidah, H. (2019). E-Marketplace Umkm Menghadapi Revolusi Industri 4.0 Dalam Perspektif Islam. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 224. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i2.6571>
- Nastiti, F. E., Ni'mal 'abdu, A. R., & Kajian, J. (n.d.). *Edcomtech Kesiapan Pendidikan Indonesia Menghadapi era society 5.0*.
- Prasetyo, I., Saddewisasi, W., Prasetyo, A., & Semarang, U. (n.d.). Penerapan Strategi Penentuan Harga Jual dalam Menunjang Kesuksesan Usaha UMKM Aneka Snack. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 12(2), 305–309. <http://journal.upgris.ac.id/index.php/e-dimas>
- Septiani, I., Cahya, A. D., Kurnia, D., Khairunnisa, C., Manajemen, S., Sarjanawiyata, U., & Yogyakarta, T. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Home's Cafe Tana Tidung Kalimantan Utara). *Jurnal Ilmiah Feasible*, 3(2), 126–135.
- Ukm, D., Antara, D. I., Retorika, G., Dan, P., & Pada, M. D. (2003). *Dr . Faisal H Basri*. 14–18.
- Wattimena, K. T., & Irmansyah, I. (2020). Kesalahan Penetapan Harga oleh Usaha Mikro Kecil Menengah yang Menyebabkan Kesulitan Likuiditas. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 8(1), 15–32. <https://doi.org/10.17509/jpak.v8i1.17026>