

## **ANALISA POTENSI PROFITABILITAS DALAM ADOPSI INOVASI DAN TEKNOLOGI DI MASA PANDEMI COVID-19**

### ***ANALYSIS OF PROFITABILITY POTENTIAL IN THE ADOPTION OF INNOVATION AND TECHNOLOGY DURING THE COVID-19 PANDEMIC***

**Soraya Lestari<sup>1</sup>, Marniati<sup>2</sup>, Cut Dian<sup>3</sup>**

<sup>1,3</sup>Jurusan Akuntansi, Fakultas Sosial Sains dan Ilmu Pendidikan, Ubudiyah Universitas Indonesia, Indonesia

<sup>2</sup>Jurusan Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu Kesehatan, Ubudiyah Universitas Indonesia, Indonesia

Jln. Alue Naga Tibang, Syiah Kuala, Kota Banda Aceh 23116

Corresponding Author: soraya.lestari@uui.ac.id

**Abstrak**-Pandemi Covid-19 telah memporak-porandakan aspek kesehatan dan dampak perekonomian yang terpuruk. Pemerintah sedang mengalami kesulitan perekonomian pada tahun 2020, khususnya bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Banyak di antara mereka yang tidak mampu membayar utangnya kepada pihak ketiga, apalagi mengharapkan keuntungan. Sayangnya, karena UMKM merupakan ujung tombak perekonomian masyarakat, khususnya di pedesaan. Dalam kondisi seperti ini, kemampuan inovasi terhadap produk lebih penting dilakukan, untuk memenuhi permintaan pasar. Kemampuan pemasaran dengan menggunakan teknologi digital juga dapat membantu pemasaran yang lebih luas dengan harga yang kompetitif. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh terhadap profitabilitas UMKM pada masa pandemi Covid-19, dengan variabel kapabilitas inovasi dan teknologi digital sebagai variabel independen. Metode yang digunakan adalah mengerjakan kuesioner dan menguji hipotesis dengan menggunakan uji asumsi dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kapabilitas inovasi berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM. UMKM yang berinovasi menciptakan produk yang dibutuhkan di masa pandemi memiliki profitabilitas yang tinggi. Teknologi digital tidak berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM. Hal ini terjadi karena masyarakat biasanya tidak menggunakan teknologi keuangan dan kurang percaya pada pasar. Secara simultan kemampuan inovasi dan teknologi mempengaruhi UMKM.

**Kata Kunci: Kemampuan Inovasi, Teknologi Digital, Profitabilitas UMKM, Pandemi Covid-19**

**Abstract**-The Covid-19 pandemic has devastated aspects of health and impacted the economy. The government is experiencing economic difficulties in 2020, especially for MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises). Many of them are unable to pay their debts to third parties, let alone expect a profit. Unfortunately, because MSMEs are the spearhead of the community's economy, especially in rural areas. In conditions like this, the ability to innovate products is more important to meet market demand. Marketing capabilities using digital technology can also help wider marketing at competitive prices. The aim of this research is to see the influence on the profitability of MSMEs during the Covid-19 pandemic, with innovation capability and digital technology variables as independent variables. The method used is to complete a questionnaire and test hypotheses using assumption tests and multiple linear regression. The research results show that innovation capability partially influences the profitability of MSMEs. MSMEs that innovate to create products needed during the pandemic have high profitability. Digital technology has no effect on the profitability of MSMEs. This happens because people usually do not use financial technology and lack trust in the market. Simultaneously, innovation and technology capabilities influence MSMEs.

**Keywords: Innovation Capability, Digital Technology, MSME Profitability, Covid-19 Pandemic**

## **PERKENALAN**

Pandemi Covid-19 merupakan wabah penyakit virus corona tahun 2019 yang pertama kali dilaporkan dari Kota Wuhan, Tiongkok pada akhir tahun 2019 [1]. Epideminya ini menyebar ke seluruh dunia dengan jumlah kasus yang terus meningkat. Hal ini menimbulkan kepanikan masyarakat di seluruh dunia karena laju penyebarannya yang begitu cepat dan menular. Situasi ini menyebabkan pemerintah mengambil keputusan lockdown, dimana masyarakat tidak diperbolehkan keluar rumah, melarang sementara penerbangan, dan melarang berkumpul. Secara umum, banyak sektor yang terkena dampak bencana ini, terutama sektor perekonomian. Pembatasan pergerakan masyarakat menyebabkan ketidakseimbangan neraca perdagangan di Indonesia. Sehingga banyak tenaga kerja yang harus di PHK, menurunnya daya beli masyarakat dan sektor pariwisata yang terus menurun sehingga mengancam profitabilitas UMKM. Jika dilihat dari segi pemasaran, PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) memberikan dampak negatif terhadap pemasaran UMKM, karena mayoritas UMKM di Banda Aceh masih menggunakan pemasaran tradisional sehingga sulit menjangkau pasar. Secara tidak langsung, belajar dari pandemi Covid-19, UMKM perlu melakukan perbaikan. Seperti kemampuan inovasi dan pemanfaatan teknologi digital. Kedua hal inilah yang menjadi variabel utama peningkatan keuntungan pada UMKM.

Kemampuan UMKM dalam berinovasi tidak hanya menjadi sistem pendukung kelangsungan usaha namun juga meningkatkan profitabilitas usaha. Dengan inovasi, produsen/UMKM bisa lebih peka terhadap permintaan pasar. Sebab, permintaan pasar merupakan faktor kunci dalam meningkatkan profitabilitas. Respon pasar yang positif terhadap suatu produk/jasa akan meningkatkan permintaan terhadap produk/jasa tersebut. Sehingga persaingan pasar semakin kompetitif dan up to date. Persaingan pasar di masa pandemi Covid-19 nampaknya mengalami penurunan, kecuali pada jasa/produk tertentu seperti peralatan kesehatan dan kebersihan. Hal ini tentu berdampak buruk bagi UMKM. Dengan diberlakukannya lockdown dan PSBB, pertumbuhan ekonomi perkotaan terus menurun, pada umumnya masyarakat umum dan pelajar yang merantau kembali ke desanya. Sehingga banyak UMKM yang mengalami penurunan keuntungan bahkan tidak mampu beroperasi, padahal UMKM merupakan penopang perekonomian Indonesia. Sebagai penopang pertumbuhan ekonomi, UMKM menjadi sektor utama yang harus diberikan stimulus agar bisa kembali beroperasi normal. Untuk dapat beroperasi dengan baik di masa pandemi Covid 19, kemampuan sumber daya manusia (SDM) dalam berinovasi perlu ditingkatkan. Tidak hanya itu, kemampuan inovasi juga perlu didukung dengan kemampuan memanfaatkan teknologi digital dengan baik, khususnya di bidang pemasaran. Teknologi digital, bukan hal baru bagi UMKM. Namun, belum digunakan untuk berbisnis. Hal ini menjadi suatu hal yang menarik untuk dianalisa, dimana teknologi digital kini telah menjadi salah satu alat untuk melakukan pemasaran. Produsen dapat menjangkau pelanggan baik dari luar daerah, dalam negeri, maupun luar negeri dengan memanfaatkan teknologi digital.

Prosesnya yang cepat, mudah, dan tidak memakan banyak biaya membuat metode pemasaran menggunakan teknologi digital banyak diminati. Namun sayangnya, tidak semua UMKM mampu memanfaatkan teknologi digital sebagai alat pemasaran yang baik. Teknologi informasi memberikan peluang bagi para pengangguran baik laki-laki maupun perempuan, pekerja kulit putih maupun non-kulit putih untuk dapat melakukan pekerjaan. Namun hal tersebut tidak mengurangi perspektif tingkat pendidikan. Pemanfaatan teknologi informasi dapat melindungi pekerja dari dampak pandemi virus corona [2]. Pemanfaatan teknologi informasi dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk terus meningkatkan profitabilitas dengan memperluas jangkauan pemasaran dan mempertahankan eksistensi usaha meskipun tidak bertatap muka. Namun yang sering terjadi di lapangan adalah UMKM belum mampu memanfaatkan digital marketing untuk mempromosikan usahanya, belum memahami pemanfaatan marketplace, belum bisa menguasai internet dengan baik, tidak melakukan promosi secara terus menerus, dan tidak memanfaatkan kolaborasi dengan pihak ketiga untuk layanan pengiriman. Hal ini penting untuk diperhatikan oleh UMKM agar usahanya tetap eksis di masa pandemi Covid-19 karena persaingan bisnis dengan media digital berjalan sangat cepat dan terkini sehingga UMKM harus mampu menentukan target pasar yang jelas dan bagus untuknya. produk.

## TINJAUAN LITERATUR UMKM di masa Covid-19

UMKM di masa pandemi selalu menjadi hal yang menarik untuk dibahas, terutama mengenai pertumbuhan ekonomi. Sebab, sebagian besar pertumbuhan ekonomi ditopang oleh keberhasilan UMKM. Namun sayang, pandemi Covid-19 menyebabkan banyak UMKM dan pekerja rumahan terpuruk. Beberapa strategi bertahan hidup yang dapat dilakukan oleh UMKM untuk mempertahankan usahanya yaitu (1) berjualan dengan e-commerce, hal ini dikarenakan masyarakat sudah mulai melakukan transaksi jual beli secara online, (2) Memasarkan dengan teknologi digital, menjadi lebih baik. mampu menjangkau konsumen yang lebih luas., (3) meningkatkan kualitas produk dan kualitas serta jenis layanan, (4) melakukan pemasaran hubungan pelanggan untuk menciptakan kepercayaan konsumen dan menumbuhkan loyalitas pelanggan [3].

**Tabel 1. Perkembangan Pasar dan Pembangunan Ekonomi: PDB Riil**

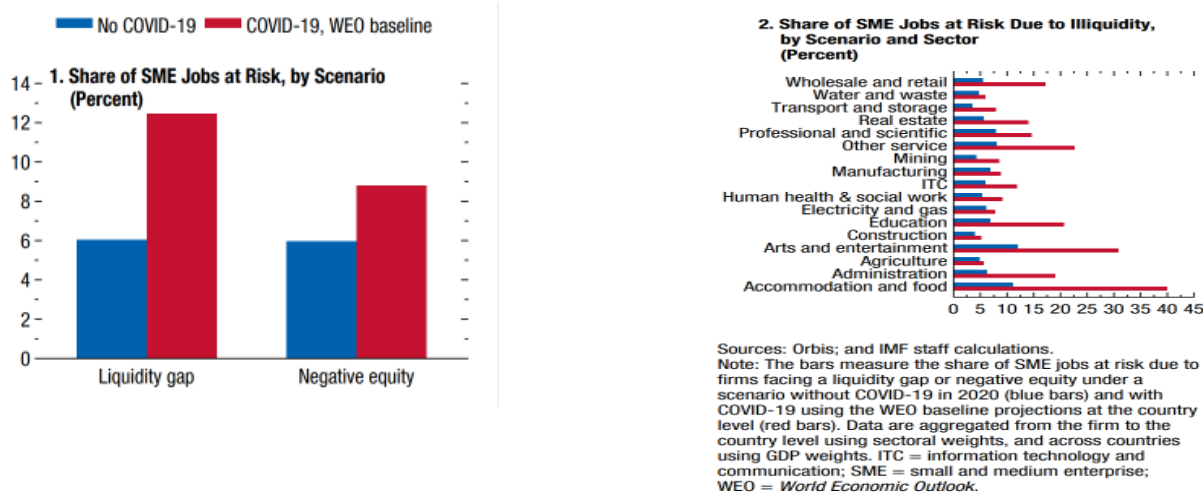
	Average									Projections		
	2002-11	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2025
<b>Emerging and Developing Asia</b>	<b>8.6</b>	<b>7.0</b>	<b>6.9</b>	<b>6.8</b>	<b>6.8</b>	<b>6.8</b>	<b>6.7</b>	<b>6.3</b>	<b>5.5</b>	<b>-1.7</b>	<b>8.0</b>	<b>5.9</b>
Bangladesh	5.9	6.5	6.0	6.1	6.6	7.1	7.3	7.9	8.2	3.8	4.4	7.3
Bhutan	8.8	6.5	3.6	4.0	6.2	7.4	6.3	3.8	3.8	0.6	-0.5	6.0
Brunei Darussalam	1.5	0.9	-2.1	-2.5	-0.4	-2.5	1.3	0.1	3.9	0.1	3.2	1.8
Cambodia	7.9	7.3	7.4	7.1	7.0	6.9	7.0	7.5	7.0	-2.8	6.8	6.9
China	10.7	7.9	7.8	7.3	6.9	6.8	6.9	6.7	6.1	1.9	8.2	5.5
Fiji	1.4	1.4	4.7	5.6	4.7	2.5	5.4	3.5	-1.3	-21.0	11.5	2.2
India <sup>1</sup>	7.7	5.5	6.4	7.4	8.0	8.3	7.0	6.1	4.2	-10.3	8.8	7.2
Indonesia	5.7	6.0	5.6	5.0	4.9	5.0	5.1	5.2	5.0	-1.5	6.1	5.1
Kiribati	1.0	4.7	4.2	-0.7	10.4	5.1	0.9	2.3	2.3	-1.1	3.0	1.8

Sumber: (IMF) 2020

Pada Tabel 1, menurut Dana Moneter Internasional (IMF), mayoritas pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami peningkatan signifikan. Namun pada tahun 2020 proyeksinya mengalami penurunan sebesar -5%, hal ini dipengaruhi oleh pandemi Covid-19, namun pada tahun 2021 Indonesia diprediksi akan mengalami

peningkatan PDB (Produk Domestik Bruto) sebesar 6,1%. Hal ini tentu sangat menarik karena motivasi kenaikan PDB juga diikuti dengan besarnya stimulus yang diberikan pemerintah kepada UMKM untuk mendukung pemulihan perekonomian nasional. Hal ini tentunya juga didukung dengan isu positif akan datangnya Sinovact Vacation di awal tahun 2021. OJK (Otoritas Jasa Keuangan) mendorong pengembangan UKM melalui pasar modal dengan layanan Securities Crowd Funding yang dapat menjadi alternatif pendanaan bagi UKM [4] .

**Tabel 2. Likuiditas dan Solvabilitas UMKM**



Dampak penyebaran Covid-19 terhadap aktivitas perekonomian dan bisnis UMKM di seluruh dunia terdapat pada Tabel 2. Terlihat bahwa resesi berdampak besar terhadap UMKM, hal ini dikarenakan perusahaan kecil biasanya lebih rentan dibandingkan perusahaan besar. Terlebih lagi, perusahaan kecil mempunyai keterbatasan dalam akses terhadap kredit. Sektor yang berdampak besar antara lain restoran, hotel, seni, dan hiburan. Hal ini mengakibatkan risiko likuiditas dan solvabilitas meningkat sehingga pelaku usaha UMKM juga mempunyai risiko tingkat pengembalian utang karena UMKM sendiri mempunyai risiko kebangkrutan. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah memberikan tiga stimulus bagi UMKM di masa pandemi untuk menjaga keberlangsungan UMKM, antara lain keringanan pembayaran pinjaman, keringanan pajak selama enam bulan, dan bantuan tunai bagi usaha skala mikro. Selain itu, Kementerian Perindustrian juga memberikan pinjaman dengan suku bunga paling rendah, menghubungkan UKM dengan toko teknologi online ( tokopedia , shopee , blibli ) dalam penyediaan bahan baku, melakukan kerjasama luar negeri untuk ekspor produk UKM Indonesia [5] .

### Kemampuan Inovasi

Hal penting yang harus digarisbawahi dari inovasi adalah perlunya kreativitas yang tinggi, produktivitas, fleksibilitas, kemampuan beradaptasi, dan kualitas yang baik dari suatu proses produksi, produk, dan layanan. Inovasi di berbagai sektor usaha dan perusahaan harus fokus pada efisiensi dan kepedulian terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini tidak hanya dapat dinikmati oleh generasi saat ini, namun juga generasi mendatang yang akan merasakan dampak dari pengurangan sampah [6] . Oleh karena itu, inovasi terbaik yang dilakukan saat ini adalah yang benar-benar efisien dan menggunakan bahan daur ulang. Peningkatan kemampuan kreativitas dan inovasi para pelaku industri kreatif dapat dilakukan dengan membangun kerjasama yang baik antara intelektual, pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat sipil (quadruple helix) sehingga dapat menjalankan tugas secara maksimal sesuai perannya. Industri kreatif mempunyai keunggulan kompetitif yang baik, pelaku usaha harus mampu mengembangkan ide-ide kreatif dan mewujudkannya dalam bentuk inovasi (produk, jasa, pasar, dan teknologi) yang sesuai dengan kebutuhan konsumen [7] . Untuk mengasah kemampuan berinovasi dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain dengan melakukan riset langsung terhadap produk-produk yang ingin dimasukan inovasi dan mengikuti berbagai pelatihan baik secara langsung maupun webinar, baik gratis yang diberikan oleh pemerintah maupun lembaga pelatihan lainnya. serta secara profesional dengan bayaran. Dengan

memiliki ilmu yang profesional dan memiliki UMKM diharapkan mampu bersaing secara global atau ekspor. Dengan adanya inovasi produk nasional/dalam negeri mempunyai keunikan dan pangsa pasar tersendiri. Siklus pengelolaan bisnis saat ini sangat dinamis sehingga harus selalu dievaluasi dan ditingkatkan. Dunia usaha yang mampu bertahan dan terus berkembang dalam siklus ini adalah dengan melakukan hal-hal sebagai berikut: (1) menciptakan perubahan sebagai peluang untuk sukses, (2) melihat perbedaan dalam peluang dibandingkan kesulitan, (3) bereksperimen untuk menemukan reformasi menuju pertumbuhan bisnis, (4) Menjadi ahli dalam bisnis sendiri, (5) memberikan pelayanan yang baik dan memiliki sifat rendah hati [8] .

H1: Kemampuan berinovasi berpengaruh terhadap peningkatan profitabilitas UMKM di masa Pandemi Covid-19

### **Teknologi digital**

Pemasaran digital adalah suatu metode pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan akses internet, memanfaatkan media sosial, atau alat digital lainnya yang dapat membantu perusahaan memasarkan produknya [3] . Pemasaran digital menjadi satu-satunya teknik pemasaran yang paling bisa diandalkan untuk bertahan di masa pandemi Covid-19 sehingga penurunan kinerja pemasaran tidak mencapai 100% [9] . Pemanfaatan teknologi informasi dapat meminimalisir dampak ekonomi akibat pandemi. Hal ini dapat dilakukan dengan teleworking, mempromosikan penjualan online, atau melakukan pekerjaan tanpa kontak fisik [2] . Ada beberapa bentuk pemasaran digital yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM untuk dapat melakukan pemasaran produk, yaitu sebagai berikut: (1) Publikasi video dan foto produk secara intensif di akun media sosial. Penggunaan media sosial juga disesuaikan dengan segmen produk yang kita miliki. (2) Memanfaatkan Facebook ads, Instagram ads, Twitter ads, google distribution network, dll yang dapat diakses dengan mudah melalui media sosial dan dapat menjangkau konsumen dengan kriteria yang telah kita tentukan sebelumnya. (3) Membuat video pemasaran produk yang disiarkan melalui media sosial atau melakukan promosi produk secara langsung. Strategi ini jika dilakukan dengan benar akan memberikan dampak positif bagi bisnis. (4) Melibatkan konsumen dalam pemilihan produk, melakukan edukasi intensif dan pengenalan kualitas produk pada akun media sosial, serta menggunakan kata-kata yang kreatif, dan menggunakan hashtag (#) untuk memudahkan konsumen dalam mencarinya. Dengan demikian akan terbentuk kesadaran merek dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen [3] . Pemanfaatan teknologi akan menjadi solusi terbaik untuk membantu roda perekonomian bisnis tetap berjalan. Selain bantuan permodalan, pemasaran melalui media sosial dan otomatisasi pembukuan akan memudahkan UKM dalam menyusun strategi yang tepat untuk kelangsungan usaha saat ini dan masa depan [10] . Sebanyak 84,9% pelaku usaha tidak menggunakan e-commerce dalam transaksi bisnisnya. Dengan alasan lebih nyaman berjualan langsung (offline) sebanyak 70,8%, dengan alasan tidak berminat berjualan online 42,5%, dengan alasan tidak melakukan e-commerce 21,7% [11] . Hal ini menunjukkan masih kurangnya minat masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital dalam berbisnis. Berdasarkan data BPS penggunaan e-commerce di Aceh masih sangat kecil. Pengguna e-commerce sebanyak 14,48%, sedangkan yang tidak menggunakan sebanyak 85,52%. Angka tersebut masih sangat jauh sehingga masih terdapat peluang besar bagi dunia usaha untuk bersaing menggunakan e-commerce dan teknologi digital lainnya guna meningkatkan profitabilitas bisnis yang tinggi. Alasan yang sering digunakan terkait e-commerce antara lain pelaku usaha lebih nyaman berjualan langsung, kekhawatiran terhadap keamanan, privasi, masalah teknis, kepercayaan, serta kurangnya pengetahuannya dan keahlian. Sebanyak 48 persen pengguna internet di Indonesia mencari barang atau jasa secara online, 46 persen pengguna mengunjungi toko online, 34 persen pengguna melakukan transaksi online melalui komputer atau laptop, dan 33 persen pengguna lainnya melakukan transaksi online melalui perangkat seluler seperti sebagai ponsel pintar. Hal ini menunjukkan bahwa potensi masyarakat untuk berbelanja online cukup besar dan penggunaan internet sebagai media promosi bisnis cukup berkembang di Indonesia [12] . Menyatakan bahwa pemasaran digital dapat menekan biaya pemasaran dengan lebih efisien jika dibandingkan dengan pemasaran konvensional [9] . Teknologi informasi dapat secara signifikan melindungi perekonomian lokal selama pandemi [2] .

H2 : Pemanfaatan teknologi digital berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM pada masa Pandemi Covid-19

### **Profitabilitas UMKM**

Meningkatkan modal perusahaan dapat dilakukan dengan banyak cara. Perusahaan harus melakukan banyak variasi, tidak hanya variasi bentuk produknya saja, namun juga pola bisnis yang dibangunnya. Hal ini tentu saja akan meningkatkan profitabilitas perusahaan secara signifikan [13] . Banyaknya inovasi yang dilakukan suatu perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas bisnisnya [14] . Peningkatan profitabilitas dari tahun ke tahun menunjukkan kinerja yang baik. Hal ini dapat dilatarbelakangi oleh banyak hal, seperti pemasaran yang baik dan manajemen sumber daya manusia yang handal. Penentuan tersebut tidak hanya dari pengaruh luar perusahaan tetapi juga dari dalam struktur organisasi itu sendiri, hal ini menunjukkan bahwa struktur organisasi dan kesesuaiannya dengan lingkungan menentukan derajat relatif profitabilitas [15] .

H3: Kemampuan berinovasi dan memanfaatkan teknologi secara bersama-sama berpengaruh terhadap peningkatan profitabilitas UMKM di masa Pandemi Covid-19.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk menggambarkan kondisi terkini yang terjadi pada subjek yang diteliti. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah Snowball sampling, yaitu suatu pendekatan untuk mencari informan kunci yang mempunyai banyak informasi. Dengan menggunakan pendekatan ini, beberapa calon responden dihubungi dan ditanya apakah mereka mengenal orang lain yang memiliki karakteristik serupa untuk tujuan penelitian. Kontak awal akan membantu menemukan responden lain melalui rekomendasi. Untuk mencapai tujuan penelitian, teknik ini juga didukung dengan teknik wawancara dan survei lapangan. Efektif untuk penelitian terkait komunitas yang tersembunyi, permasalahan yang sulit diungkapkan secara jelas atau tidak terlihat, permasalahan komunikasi, dan lain sebagainya. Jumlah orang atau responden awal yang dibutuhkan: - Sedang (2-12 orang). Ukuran sampel: - Besar (>30). - Sedang (10 - 30). Waktu yang dibutuhkan untuk pelaksanaan: - Sedang (6 minggu – 6 bulan). - Singkat (<6 minggu). [16] . Pengujian yang dilakukan adalah uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner, pengujian asumsi klasik untuk melihat sebaran data, dan pengujian hipotesis dengan menggunakan regresi linier berganda.

## HASIL DAN DISKUSI

### Hasil

#### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas menggunakan kuesioner untuk masing-masing variabel independen dan variabel dependen dengan penilaian skala Linkert. Bentuk pernyataan setiap variabel ditentukan berdasarkan indikator variabelnya. Pernyataan mengenai variabel independen dan dependen dalam penelitian adalah valid. Hal ini disebabkan karena R-hitung > R-tabel. R-hitung diperoleh dari hasil Koefisien Korelasi Pearson dengan uji signifikansi dua sisi. R-tabel diperoleh dengan rumus  $df = n-2$  pada tabel taraf signifikansi 5%. Pengujian reliabilitas menunjukkan nilai nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,890 dengan jumlah item pertanyaan sebanyak 16 item dan jumlah responden sebanyak 35 orang. Nilai Cronbach's Alpha sebesar  $0,890 > 0,7$  menunjukkan seluruh pertanyaan reliabel. Di sisi lain, tabel Cronbach's Alpha > R juga menunjukkan bahwa item pertanyaan tersebut reliabel.

#### Uji asumsi klasik

-Uji Normalitas Plot Probabilitas

Uji normalitas menunjukkan titik-titik mengikuti garis diagonal sehingga model regresi berdistribusi normal sehingga memenuhi syarat normalitas.

- Uji multikolinearitas

Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai toleransi dan VIF. Hasil pengujian menunjukkan nilai toleransi  $1 > 0,10$  dan  $VIF < 10,00$ . Sehingga tidak menunjukkan gejala multikoleniaritas .

**Tabel 1. Nilai Toleransi dan VIF**

Model	Statistik Kolinearitas		
	B	Toleransi	VIF
l(Konstan)	-29.361		
Kapabilitas Inovasi	1.774	1.000	1.000
Teknologi Digital	.259	1.000	1.000

A. Variabel Dependen: Y

- Uji Heteroskedastisitas Scatterplots

Hasil pengujian menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas pada scatterplot dan pada gambar terlihat titik-titik menyebar di atas dan di bawah sumbu Y pada titik nol. Sehingga tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

- Uji autokorelasi

Pada penelitian ini nilai Durbin Watson terletak diantara du sampai (4-du). Nilai du diperoleh dari tabel Durbin Watson berdasarkan variabel independen k (2) dan jumlah sampel N (32) dengan tingkat signifikansi 5%.  $du (1,5838) < Durbin\ Watson (2,011) < 4-du (2,4162)$ . Hasilnya menunjukkan tidak terdapat gejala autokorelasi.

**Tabel 2. Nilai Durbin Watson**

**Ringkasan Model <sup>b</sup>**

Model	R	R persegi	R Persegi yang Disesuaikan	Std. Kesalahan Estimasi	Durbin-Watson
1	0,801 <sup>sebuah</sup>	.642	.620	4.288	2.011

A. Prediktor: (Konstan), X2, X1

B. Variabel Dependen: Y

**Analisis Regresi Linier Berganda**

-Tes Parsial

Hasil uji secara parsial terlihat bahwa Innovation Capability dengan tingkat signifikansi  $0,00 < 0,05$  yang berarti variabel X1 berpengaruh secara parsial terhadap profitabilitas yaitu variabel Y, sedangkan teknologi digital sebesar  $0,455 > 0,05$  sehingga secara parsial X2 tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Berdasarkan keputusan uji t secara parsial menggunakan regresi linier berganda diperoleh hasil thitung  $>$  ttabel dengan rumus t tabel  $(\alpha/2; nk-1) = (0,05/2; 35-2-1) = (0,025; 32) = 2,03452$ . Variabel kemampuan inovasi sebesar  $7,73 > 2,03$  sehingga kemampuan inovasi berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Artinya semakin tinggi kemampuan inovasi maka semakin tinggi pula profitabilitas UMKM.  $0,757 < 2,03$  sehingga teknologi digital tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

**Tabel 3. Hasil Uji Parsial (t)  
Koefisien <sup>a</sup>**

Model		Koefisien Tidak Standar		Koefisien Standar	T	tanda tangan.
		B	Std. Kesalahan	Beta		
1	(Konstan)	-29.361	15.219		-1.929	.063
	Kapabilitas Inovasi	1.774	.236	.797	7.535	.000
	Teknologi Digital	.259	.343	.080	.757	.455

- Tes Serentak

Hasil uji SPSS menunjukkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,005$ . Sehingga secara simultan kemampuan inovasi dan teknologi digital berpengaruh secara bersama-sama terhadap profitabilitas UMKM. Hal ini disebabkan besarnya pengaruh kemampuan inovasi terhadap profitabilitas UMKM sehingga secara bersama-sama teknologi digital juga mempengaruhi profitabilitas. Sebaliknya F-hitung  $>$  F-tabel, dimana F-tabel =  $(k; nk) = (2; 35-2) = (2; 33)$ , sehingga  $28,72 > 3,28$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama kemampuan inovasi dan teknologi digital berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM.

**Tabel 4. Hasil Uji Sumultan (F)  
ANOVA <sup>b</sup>**

Model		Jumlah Kuadrat	df	Berarti Persegi	F	tanda tangan.
1	Regresi	1056.302	2	528.151	28.724	0,000 <sup>a</sup>
	Sisa	588.383	32	18.387		
	Total	1644.686	34			

A. Prediktor: (Konstan), X2, X1

B. Variabel Dependen: Y

Persentase pengaruh variabel kapabilitas inovasi dan teknologi digital secara bersama-sama dapat dilihat pada R-Square sebesar 0,642 atau 642% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

**5. Diskusi**

A. Kemampuan Inovasi terhadap Profitabilitas UMKM di Masa Pandemi Covid-19

Hasil pengolahan data SPSS menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi merupakan langkah baik yang harus dilakukan oleh UMKM untuk meningkatkan profitabilitasnya. Di masa pandemi Covid-19, banyak UMKM yang terdampak dan vakum dalam

usahanya. Namun, UMKM yang berinovasi dan mengikuti permintaan pasar saat itu dapat terus berkelanjutan dalam usahanya. Realisasi belanja negara pada triwulan II tahun 2020 mengalami negatif -6,9%, namun pada triwulan III terjadi peningkatan pertumbuhan dengan konsumsi pemerintah tetap mengalami pertumbuhan sebesar 9,8%. Hal ini menunjukkan adanya perbaikan perekonomian dalam negeri menjadi lebih baik (Kementerian Keuangan, 2020).

#### B. Pengaruh Teknologi Digital Terhadap Profitabilitas UMKM di Masa Pandemi Covid-19

Hasil pengolahan data SPSS menunjukkan bahwa teknologi tidak berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM. Hal ini tidak sejalan dengan pernyataan Gunardi [17] dimana profitabilitas UMKM fasion yang mengalami keterpurukan akibat Covid-19 pada akhirnya dapat memberikan manfaat dengan mengubah strategi pemasaran yang dilakukan secara online, hal ini dikarenakan jangkauan pemasaran yang lebih luas. Sebaliknya teknologi digital tidak berpengaruh terhadap profitabilitas jika sumber daya manusia (SDM) pekerja tidak berkompeten terhadap teknologi, sehingga teknologi yang ada tidak digunakan untuk memasarkan produk dengan baik, yang pada akhirnya profitabilitas tidak dapat tercapai. Teknologi digital juga tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, apabila produk yang dipasarkan tidak sesuai dengan permintaan pasar saat ini. Karena dengan kemajuan teknologi akan meningkatkan daya saing dalam memenuhi kebutuhan produk pasar.

#### KESIMPULAN

Banyak UMKM yang mengalami penurunan keuntungan pada masa Covid-19. Dari hasil penelitian, profitabilitas UMKM dipengaruhi oleh faktor kemampuan inovasi, dimana UMKM yang mampu bertahan di masa Covid-19 mempunyai kemampuan inovasi yang baik. Baik dari segi pemenuhan permintaan pasar, inovasi produk, maupun inovasi sistem pemasaran. Teknologi digital tidak berpengaruh terhadap profitabilitas UMKM di Masa Covid-19. Hal ini dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain ketidaksiapan sumber daya manusia dalam menggunakan teknologi digital sebagai sarana kegiatan usaha, rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap sistem pembayaran online, dan masih banyaknya masyarakat yang belum terbiasa menggunakan teknologi finansial dalam membeli dan membeli. kegiatan penjualan. Di sisi lain, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diterapkan sejak Covid-19 pada tahun 2020 membatasi ruang gerak masyarakat. Sehingga masyarakat lebih banyak menabung untuk kebutuhan kesehatan dan makanan pokok dibandingkan membelanjakannya untuk kebutuhan sekunder. Sehingga banyak terjadi ketimpangan neraca perdagangan yang menyebabkan perekonomian tidak berjalan maksimal.

#### REFERENSI

- [1] Handayani , D.dkk . , Penyakit Virus Corona 2019. *Jurnal Respirologi Indonesia*, 40(2), 119-129, 2020.
- [2] IMF (Dana Moneter Internasional), Outlook Ekonomi Dunia: Pendakian yang Panjang dan Sulit. Washington DC, 2020.
- [3] Hardilawati WL, Strategi Bertahan UMKM di Tegah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika* , 10(1), 89-98, 2020.
- [4] Ojk.go.id
- [5] Pakpahan , AK, Covid-19 dan Implikasi bagi Usaha Mikro , Kecil dan Menengah . *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional* , 2020. DOI: <https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64> .
- [6] Senyoga , Muyanja, Gaya manajemen inovatif, Struktur Organisasi, dan Strategi di Masa Gejolak. *Jurnal Kebijakan Akuntansi dan Administrasi Publik*, 16(1), 89-120, 2012
- [7] Mulyana, Sutapa, Peningkatan Kapabilitas Inovasi , Keunggulan Bersaing dan Kinerja melalui Pendekatan Quadruple Helix: Studi pada Industri Kreatif Sektor Fashion. *Jurnal Manajemen Teknologi* , 13(3), 304-321, 2014.
- [8] Thaha , AF, Dampak Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Merek*, 2(1)147-153, 2020.
- [9] Anjaningrum , WD, Efektivitas Pemasaran Digital dan Jaringan dalam Mendongkrak Kinerja Pemasaran UKM di Masa Pandemi Covid-19. *SENABISMA*, Vol.6, B.50-B.61, 2020.

- [10] Sumarni, Yenti , Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi dan Bisnis . Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 6(2), 46-58, 2020.
- [11] Bps.go.id
- [12] Febriantoro , MT & Debby A., Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean . Jurnal Manajemen Dewantara , 1(2), 62-76, 2018.
- [13] Rumelt , RP, Strategi Diversifikasi dan Profitabilitas. Jurnal Manajemen Strategis, 3(359-369), 1982.
- [14] Geroski , P.dkk . Profitabilitas Perusahaan yang berinovasi. Jurnal Ekonomi RAND, 24(2), 198-211.
- [15] Roquebert , J.A dkk ., Pasar VS. Manajemen: 'Apa yang Mendorong' Profitabilitas?. Jurnal Manajemen Strategis, 17 (653-664), 1996.
- [16] Nurdiani , Nina, Teknik Sampling Snowball Dalam Penelitian lapangan . ComTech , 5(2), 1110-1118, 2014.
- [17] Gunardi dkk ., Analisa Strategi Pemasaran Online Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Fashion di Kota Bandung. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan , 2(1), 61-68, 2020.