

**PENGARUH MODAL INOVASI, ORIENTASI PASAR, DAN PENGGUNAAN
TEKNOLOGI TERHADAP KEBERLANJUTAN BISNIS UMKM
DI KABUPATEN SUMBAWA**

Septia Dwikayanti¹, Fahlia²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa

Alamat e-mail : septiadwikayanti0@gmail.com, fahlia@uts.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Innovation Capital, Market Orientation, and Technology Use on the sustainability of MSMEs in Sumbawa Regency. The sustainability of MSMEs amid dynamic competition requires strategic adaptation through strengthening innovation capacity, customer-centric approaches, and the adoption of relevant technology. This study employs a quantitative approach using a survey method, involving 100 SME actors in Sumbawa Regency selected through purposive sampling. Data analysis was conducted using *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) to test the influence of each independent variable on business sustainability. The results of the study indicate that Innovation Capital, Market Orientation, and Technology Use each have a positive and significant influence on the sustainability of MSMEs. The R-square value of 0.788 indicates that the three variables explain 78.8% of the variation in SME business sustainability in Sumbawa. The implications of these findings emphasize that to achieve long-term sustainability, SMEs require an integrated strategy focused on developing innovation capital, strengthening market orientation, and optimizing technology use to enhance competitiveness and business resilience.

Keywords: Business Sustainability; Innovation Capital; Market Orientation; Technology Utilization; MSMEs

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Modal Inovasi, Orientasi Pasar, dan Penggunaan Teknologi terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Kabupaten Sumbawa. Keberlanjutan UMKM di tengah persaingan yang dinamis menuntut adanya adaptasi strategis melalui penguatan kapasitas inovasi, pendekatan yang berpusat pada pelanggan, serta adopsi teknologi yang relevan. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, melibatkan 100 pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa yang dipilih melalui *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap keberlanjutan bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Modal Inovasi, Orientasi Pasar, dan Penggunaan Teknologi masing-masing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM. Nilai R-square sebesar 0,788 menandakan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan sebesar 78,8% variasi dalam keberlanjutan bisnis UMKM di Sumbawa. Implikasi dari temuan ini

menegaskan bahwa untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang, UMKM memerlukan strategi terintegrasi yang berfokus pada pengembangan modal inovasi, penguatan orientasi pasar, dan optimalisasi penggunaan teknologi guna meningkatkan daya saing dan ketahanan bisnis.

Kata Kunci: Keberlanjutan Bisnis; Modal Inovasi; Orientasi Pasar; Penggunaan Teknologi; UMKM.

A. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar fundamental bagi perekonomian Indonesia, berfungsi sebagai mesin penggerak pertumbuhan ekonomi, penyerap tenaga kerja, dan instrumen pemerataan pendapatan. Secara konsisten, sektor ini menunjukkan kontribusi yang dominan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menjadi jaring pengaman sosial yang krusial, terutama dalam menghadapi volatilitas ekonomi. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2023) mengonfirmasi bahwa UMKM menyumbang lebih dari 61% terhadap PDB nasional dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja di Indonesia, menegaskan peran strategisnya yang tak tergantikan.

Meskipun memiliki peran yang vital, UMKM di Indonesia secara persisten menghadapi serangkaian tantangan struktural yang kompleks

dan menghambat potensi pertumbuhan serta keberlanjutan mereka. Permasalahan klasik seperti keterbatasan akses terhadap permodalan formal, rendahnya kapasitas manajerial dan sumber daya manusia, serta kesulitan dalam menembus pasar yang lebih luas masih menjadi kendala utama. Di era digital, tantangan ini diperparah oleh kesenjangan adopsi teknologi dan ketatnya persaingan dengan pelaku usaha yang lebih besar dan lebih mapan secara digital.

Pemerintah Indonesia telah meluncurkan berbagai kebijakan untuk mengatasi permasalahan ini, termasuk program Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk memfasilitasi akses permodalan, serta Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) yang bertujuan mengakselerasi transformasi digital UMKM. Namun, efektivitas kebijakan ini sering kali tidak merata dan implementasinya menghadapi

tantangan di tingkat daerah. Data signifikan namun juga kerentanan berikut mengilustrasikan kontribusi sektor UMKM.

Tabel 1. Kontribusi dan Profil UMKM di Indonesia

Indikator	Jumlah / Nilai	Persentase dari Total
Jumlah Unit Usaha	65,5 juta unit	99,9%
Kontribusi terhadap PDB	> Rp 9.500 triliun	~61%
Penyerapan Tenaga Kerja	~120 juta orang	~97%
UMKM Terhubung Ekosistem Digital	~24 juta unit	~36,6%

Sumber: Diolah dari data Kementerian Koperasi dan UKM RI & Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA), 2024

Isu sentral yang dihadapi UMKM melampaui sekadar tantangan operasional harian; ia menyentuh inti dari keberlanjutan bisnis (*business sustainability*). Keberlanjutan dalam konteks ini tidak hanya diartikan sebagai kemampuan untuk bertahan (*survival*), tetapi juga sebagai kapasitas untuk beradaptasi, berevolusi, dan bertumbuh secara konsisten dalam lingkungan pasar yang dinamis dan tidak menentu (Ayodotun, 2019). Banyak UMKM di Indonesia menunjukkan siklus hidup yang pendek, sering kali gagal melewati fase awal pendirian karena ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen, tekanan persaingan, dan disrupti teknologi.

Penelitian oleh Herliana (2021) menyoroti bahwa kegagalan UMKM

sering kali berakar pada kelemahan internal, seperti kurangnya visi jangka panjang dan ketidakmampuan untuk mengelola sumber daya secara strategis. Pelaku UMKM cenderung berfokus pada keuntungan jangka pendek dan operasi sehari-hari, sehingga mengabaikan pentingnya investasi dalam inovasi dan pemahaman pasar yang mendalam. Akibatnya, mereka menjadi rentan terhadap guncangan eksternal dan kehilangan relevansi di pasar.

Tantangan keberlanjutan ini semakin dipertegas dalam studi oleh Sari dan Setiawan (2022), yang menemukan bahwa banyak UMKM di Indonesia masih beroperasi dengan model bisnis tradisional dan belum sepenuhnya mengintegrasikan orientasi pasar modern dalam strategi mereka. Ketergantungan pada intuisi daripada data pasar yang valid

menyebabkan kesalahan dalam pengembangan produk dan strategi pemasaran, yang pada akhirnya menggerus profitabilitas dan menghambat pertumbuhan jangka panjang. Lebih lanjut, Ratnawati dan Asyik (2023) menekankan bahwa di era digital, kegagalan mengadopsi teknologi bukan lagi sekadar kehilangan peluang, melainkan sebuah ancaman eksistensial yang dapat dengan cepat membuat UMKM tertinggal dari pesaingnya.

Salah satu determinan krusial bagi keberlanjutan bisnis adalah modal inovasi. Modal inovasi merujuk pada keseluruhan aset tidak berwujud yang dimiliki perusahaan, yang memungkinkannya untuk menghasilkan ide-ide baru, mengembangkan produk atau layanan yang unggul, dan memperbaiki proses bisnis secara berkelanjutan (Subagja, 2021). Ini mencakup modal manusia (keterampilan dan kreativitas karyawan), modal struktural (budaya inovatif dan sistem manajemen pengetahuan), dan modal relasional (jaringan dengan pemasok, pelanggan, dan mitra lainnya). Pengaruh modal inovasi terhadap

keberlanjutan telah menjadi fokus berbagai penelitian.

Studi oleh Pratama, Sari, dan Wijaya (2022) menemukan bahwa UMKM dengan tingkat modal inovasi yang tinggi menunjukkan kinerja dan daya tahan yang lebih superior. Kemampuan untuk terus berinovasi memungkinkan mereka untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang sulit ditiru, merespons perubahan pasar dengan cepat, dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Demikian pula, penelitian oleh Chen, Wang, dan Huang (2020) mengonfirmasi bahwa investasi dalam modal manusia dan struktural secara signifikan meningkatkan kapasitas inovasi perusahaan, yang pada gilirannya berdampak positif pada keberlanjutan operasional dan finansial.

Lebih lanjut, riset yang dilakukan oleh Lee dan Chen (2021) menunjukkan bahwa modal relasional, atau kemampuan UMKM untuk membangun dan memanfaatkan jaringan, merupakan katalisator penting bagi inovasi. Melalui kolaborasi, UMKM dapat mengakses sumber daya, pengetahuan, dan pasar baru yang tidak dapat mereka jangkau sendiri. Temuan dari Santoso

(2023) juga mendukung argumen ini, menyimpulkan bahwa UMKM yang secara proaktif mengelola ketiga komponen modal inovasi (manusia, struktural, dan relasional) memiliki probabilitas yang lebih tinggi untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dibandingkan mereka yang hanya berfokus pada aset fisik.

Di samping modal inovasi, orientasi pasar merupakan pilar strategis kedua yang menentukan keberlanjutan UMKM. Orientasi pasar adalah sebuah filosofi bisnis di mana seluruh aktivitas organisasi difokuskan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan saat ini dan di masa depan, sambil terus memantau tindakan pesaing (Narver & Slater, 1990). Pendekatan ini menuntut perusahaan untuk secara sistematis mengumpulkan, menyebarkan, dan merespons informasi pasar, menjadikannya dasar bagi pengambilan keputusan strategis.

Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja dan keberlanjutan bisnis telah terbukti secara empiris dalam berbagai konteks. Penelitian oleh Cahyono dan Haryanto (2021) menemukan bahwa UMKM yang menerapkan orientasi pasar secara

konsisten menunjukkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi. Dengan menempatkan pelanggan sebagai pusat dari semua operasi, UMKM dapat mengembangkan produk yang benar-benar diinginkan pasar dan membangun hubungan jangka panjang yang kuat. Hal ini sejalan dengan studi oleh Kuncoro dan Sutanto (2020), yang menyimpulkan bahwa orientasi pasar secara positif memengaruhi kemampuan inovasi dan, pada akhirnya, kinerja bisnis UMKM.

Studi lain oleh Sari, Wijayanti, dan Nugroho (2022) menegaskan bahwa orientasi pasar tidak hanya tentang memahami pelanggan, tetapi juga tentang mengantisipasi pergerakan pesaing. UMKM yang proaktif dalam memonitor strategi pesaing mampu merespons lebih cepat terhadap ancaman dan peluang di pasar, memungkinkan mereka untuk mempertahankan posisi kompetitif mereka. Lebih lanjut, penelitian oleh Ghazali dan Priyono (2019) menunjukkan bahwa orientasi pasar yang kuat mendorong koordinasi antar fungsi yang lebih baik di dalam perusahaan, memastikan bahwa seluruh bagian dari organisasi bekerja

secara sinergis untuk menciptakan nilai superior bagi pelanggan, yang merupakan fondasi dari keberlanjutan bisnis.

Variabel ketiga yang menjadi penentu keberlanjutan di era kontemporer adalah penggunaan teknologi. Adopsi dan pemanfaatan teknologi digital bukan lagi sebuah pilihan, melainkan sebuah keharusan strategis bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang. Penggunaan teknologi mencakup spektrum yang luas, mulai dari pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, adopsi platform *e-commerce* untuk penjualan, hingga penggunaan perangkat lunak untuk manajemen keuangan dan operasional (Turban et al., 2018).

Pengaruh positif dari penggunaan teknologi terhadap keberlanjutan UMKM telah didokumentasikan secara ekstensif. Penelitian oleh Apriani, Bachtiar, dan Sari (2023) menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi *e-commerce* mengalami peningkatan jangkauan pasar dan volume penjualan yang signifikan. Platform digital memungkinkan mereka untuk mengatasi hambatan geografis dan mengakses basis pelanggan yang jauh lebih luas.

Demikian pula, studi oleh Wibowo dan Pratiwi (2021) menemukan bahwa penggunaan pemasaran digital melalui media sosial secara efektif meningkatkan *brand awareness* dan keterlibatan pelanggan dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan metode pemasaran tradisional.

Riset oleh Setiawan, Santoso, dan Hidayat (2022) menyoroti bahwa penggunaan teknologi tidak hanya terbatas pada pemasaran dan penjualan. Adopsi perangkat lunak akuntansi atau sistem manajemen inventaris sederhana dapat secara dramatis meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pengambilan keputusan di tingkat UMKM. Temuan dari Nuryanto dan Purnomo (2024) juga mengonfirmasi bahwa tingkat literasi dan adopsi teknologi finansial (*fintech*) berkorelasi positif dengan resiliensi dan keberlanjutan finansial UMKM, karena mempermudah akses mereka ke layanan pembayaran dan permodalan digital.

Meskipun literatur yang ada telah mengkaji pengaruh modal inovasi, orientasi pasar, dan penggunaan teknologi, sebagian besar penelitian cenderung berfokus pada konteks perkotaan atau pusat ekonomi utama di Indonesia. Terdapat kesenjangan

penelitian (*research gap*) yang nyata dalam memahami bagaimana ketiga variabel ini berinteraksi dan memengaruhi keberlanjutan UMKM dalam konteks daerah non-metropolitan, seperti Kabupaten Sumbawa, Nusa Tenggara Barat (NTB). Daerah seperti Sumbawa memiliki karakteristik sosio-ekonomi, infrastruktur digital, dan dinamika pasar lokal yang unik, yang kemungkinan besar memoderasi hubungan antar variabel tersebut dengan cara yang berbeda dari apa yang ditemukan di kota-kota besar.

Oleh karena itu, urgensi dan kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada tujuannya untuk mengisi kesenjangan tersebut. Studi ini merupakan salah satu upaya pertama untuk menguji secara simultan model integratif yang menghubungkan modal inovasi, orientasi pasar, dan penggunaan teknologi dengan keberlanjutan bisnis UMKM secara spesifik di Kabupaten Sumbawa. Penelitian ini relevan dan dibutuhkan saat ini karena sejalan dengan agenda pemerintah untuk mendorong pembangunan ekonomi yang inklusif dan merata di seluruh wilayah Indonesia. Dengan menyediakan

bukti empiris dari konteks lokal yang kurang terjamah, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga dan dapat ditindaklanjuti bagi para pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan lembaga pendukung dalam merumuskan strategi yang lebih efektif dan kontekstual untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di daerah.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif yang dirancang untuk menguji hipotesis dan menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel independen dan dependen. Metodologi ini didasarkan pada prinsip-prinsip riset kuantitatif yang menekankan pada analisis data numerik untuk menghasilkan deskripsi statistik yang objektif, sebagaimana dikemukakan oleh Sekaran dan Bougie (2016). Data penelitian dikumpulkan melalui survei kuesioner dari sampel yang representatif, kemudian dianalisis menggunakan teknik *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Pendekatan ini dipilih karena kemampuannya untuk memodelkan hubungan yang kompleks

antarvariabel secara simultan, serta fleksibilitasnya dalam menangani ukuran sampel yang tidak terlalu besar tanpa memerlukan asumsi distribusi data yang ketat, sesuai dengan penjelasan Hair et al. (2022).

Variabel penelitian ini terdiri dari tiga variabel eksogen (independen), yaitu Modal Inovasi (X1), Orientasi Pasar (X2), dan Penggunaan Teknologi (X3), serta satu variabel endogen (dependen), yaitu Keberlanjutan Bisnis UMKM (Y). Klasifikasi ini dirancang untuk menguji dampak langsung dari faktor-faktor internal (modal inovasi, orientasi pasar) dan faktor eksternal (penggunaan teknologi) terhadap keberlanjutan usaha. Definisi operasional setiap variabel didasarkan pada kerangka teoretis yang relevan, seperti konsep modal inovasi menurut Subagja (2021) dan orientasi pasar menurut Narver & Slater (1990). Setiap variabel diukur melalui serangkaian indikator yang telah tervalidasi secara empiris dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang terdaftar dan aktif beroperasi di wilayah Kabupaten Sumbawa

sebanyak 1632 UMKM. Mengingat jumlah populasi yang besar. Penentuan ukuran sampel mengacu pada formula Slovin untuk populasi yang tergolong besar (Cooper & Schindler, 2014). Dengan tingkat kepercayaan 90% dan margin kesalahan 10%, diperoleh sampel minimum sebanyak 94 responden, kemudian diperluas mejadi 100 responden, karena jumlah ini dianggap memadai untuk analisis SEM-PLS dan memastikan representasi data yang cukup untuk generalisasi yang dapat diandalkan.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang didistribusikan secara langsung kepada para pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa. Instrumen kuesioner dirancang berdasarkan indikator-indikator variabel yang telah divalidasi oleh studi terdahulu, dengan menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi dan tanggapan responden. Proses pengumpulan data mempertimbangkan konteks sosio-ekonomi dan tingkat adopsi teknologi di kalangan UMKM lokal. Sebelum penyebaran utama, dilakukan uji coba instrumen untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya, sehingga setiap item pertanyaan dijamin mampu

mengukur konstruk yang dituju dengan konsistensi yang tinggi.

Analisis data akan dilakukan dalam dua tahap utama menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4: pengujian model pengukuran (*outer model*) dan pengujian model struktural (*inner model*). Pada evaluasi *outer model*, validitas konvergen diuji melalui nilai *loading factor* ($>0,70$) dan *Average Variance Extracted* (AVE) ($>0,50$), sementara validitas diskriminan diverifikasi menggunakan kriteria *Fornell-Larcker*, *cross-loadings*, dan rasio HTMT ($<0,90$). Reliabilitas diukur melalui *composite reliability* dan *Cronbach's alpha* (keduanya $\geq 0,70$). Pada evaluasi *inner model*, analisis mencakup uji R-square (R^2) untuk mengukur akurasi prediksi model, f-square untuk ukuran efek variabel independen, dan *Goodness of Fit* (GoF) untuk evaluasi keseluruhan. Hipotesis diuji melalui prosedur *bootstrapping* dengan kriteria signifikansi $p < 0,05$, untuk memastikan bahwa hubungan kausal antarvariabel memiliki landasan statistik yang kuat. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk secara komprehensif mengeksplorasi dinamika kompleks

antara modal inovasi, orientasi pasar, teknologi, dan keberlanjutan UMKM.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari instrumen penelitian. Tahap ini merupakan langkah fundamental sebelum melakukan pengujian hipotesis untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan secara akurat dan konsisten mengukur konstruk yang dimaksud. Pengujian ini meliputi validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk.

Gambar 1. Diagram Model Pengukuran (Outer Model)

Uji Validitas Konvergen

Pada tahap ini, dua kriteria nilai dievaluasi, yaitu nilai *loading factor* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Berikut adalah hasil dari *loading factor* yang diperoleh.

Tabel 2. Nilai Loading Factor

memberikan bukti bahwa semua

Indikator	Modal Inovasi (X1)	Orientasi Pasar (X2)	Penggunaan Teknologi (X3)	Keberlanjutan Bisnis (Y)
X1.1	0.889			
X1.2	0.912			
X1.3	0.875			
X1.4	0.854			
X1.5	0.782			
X1.6	0.877			
X2.1		0.905		
X2.2		0.921		
X2.3		0.899		
X2.4		0.868		
X2.5				
X2.6				
X3.1			0.918	
X3.2			0.893	
X3.3			0.907	
X3.4			0.881	
Y1.1				0.895
Y1.2				0.915
Y1.3				0.908
Y1.4				0.877

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan analisis *loading factor* pada Tabel 2, seluruh indikator yang merepresentasikan variabel Modal Inovasi, Orientasi Pasar, Penggunaan Teknologi, dan Keberlanjutan Bisnis menunjukkan nilai di atas 0,70. Angka ini

variabel konstruk dalam model penelitian telah memenuhi kriteria validitas yang diperlukan untuk instrumen penelitian (Hair et al., 2022). Selanjutnya, dilakukan pengujian terhadap nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Hasil Average Variance Extracted (AVE)

Variabel Konstruk	AVE	Keterangan
Modal Inovasi (X1)	0.778	Valid
Orientasi Pasar (X2)	0.809	Valid
Penggunaan Teknologi (X3)	0.814	Valid

Keberlanjutan Bisnis (Y)	0.812	Valid
--------------------------	-------	-------

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Hasil pengujian pada Tabel 3, menunjukkan bahwa nilai AVE untuk konstruk Modal Inovasi, Orientasi Pasar, Penggunaan Teknologi, dan Keberlanjutan Bisnis semuanya berada di atas 0,50. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel konstruk yang

digunakan dalam model penelitian ini dinyatakan valid.

Uji Validitas Diskriminan

Kriteria Fornell-Larcker adalah salah satu parameter yang dipertimbangkan pada tahap evaluasi ini. Hasil dari evaluasi tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 4. Nilai Kriteria Fornell-Larcker

Variabel	X1	X2	X3	Y
Modal Inovasi (X1)	0.882			
Orientasi Pasar (X2)	0.695	0.899		
Penggunaan Teknologi (X3)	0.710	0.688	0.902	
Keberlanjutan Bisnis (Y)	0.755	0.790	0.785	0.901

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas diskriminan menggunakan Kriteria Fornell-Larcker yang tercantum pada Tabel 4, dapat dianalisis bahwa setiap konstruk dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas diskriminan. Nilai diagonal pada tabel (0.882 untuk Modal Inovasi, 0.899 untuk Orientasi Pasar, 0.902 untuk Penggunaan Teknologi, dan 0.901 untuk Keberlanjutan Bisnis) merepresentasikan akar dari *Average*

Variance Extracted ($\sqrt{\text{AVE}}$) dari masing-masing konstruk. Hasil ini memberikan landasan yang kuat bahwa instrumen pengukuran yang digunakan mampu merepresentasikan konstruk yang dituju secara akurat dan layak dilanjutkan ke tahap pengujian hipotesis dalam model struktural. Parameter berikutnya adalah nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. Nilai Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

Variabel	X1	X2	X3	Y
Modal Inovasi (X1)				
Orientasi Pasar (X2)	0.775			
Penggunaan Teknologi (X3)	0.791	0.768		
Keberlanjutan Bisnis (Y)	0.830	0.848	0.845	

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian validitas diskriminan menggunakan metode *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) yang disajikan pada Tabel 5, nilai HTMT antar variabel laten dalam penelitian ini berada di bawah ambang batas kritis 0,85. Dengan demikian, terpenuhi kriteria untuk menyimpulkan

bahwa tidak ada masalah diskriminasi konstruk, atau dengan kata lain, semua variabel memiliki validitas diskriminan yang baik.

Uji Reliabilitas Konstruk

Hair et al. (2022) menyarankan penggunaan skor *Cronbach's alpha* dan reliabilitas komposit (CR) untuk menilai reliabilitas konstruk PLS-SEM.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Konstruk	Composite Reliability	Cronbach's Alpha
Modal Inovasi (X1)	0.933	0.905
Orientasi Pasar (X2)	0.948	0.922
Penggunaan Teknologi (X3)	0.946	0.928
Keberlanjutan Bisnis (Y)	0.945	0.908

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan metode *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*, seluruh konstruk dalam penelitian menunjukkan nilai yang memenuhi kriteria penerimaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi dan

layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Model inner adalah kerangka kerja struktural yang menghubungkan variabel-variabel laten. Penilaian tingkat pengaruh antar variabel laten bergantung pada nilai koefisien jalur,

dengan menggunakan bootstrapping untuk perhitungannya.

Uji R-Square

Nilai R-Square yang mendekati 1 menunjukkan kekuatan penjelasan model yang baik, sedangkan nilai

yang mendekati 0 menunjukkan kekuatan penjelasan yang lemah (Hair et al., 2022). Penelitian ini menggunakan nilai R-Square sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji R-Square

Variabel Konstruk	R-Square	Adjusted R-Square
Keberlanjutan Bisnis (Y)	0.788	0.784

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 7 di atas, nilai R-square untuk variabel Keberlanjutan Bisnis (Y) adalah 0,788. Angka ini menunjukkan bahwa sekitar 78,8% variasi dalam keberlanjutan bisnis UMKM dapat dijelaskan oleh kombinasi variabel Modal Inovasi, Orientasi Pasar, dan Penggunaan Teknologi. Menurut ketentuan yang diajukan oleh Hair et al. (2022), nilai R-

square sebesar 0,75 dianggap tinggi. Dengan demikian, model struktural untuk variabel Keberlanjutan Bisnis berada dalam kategori kuat.

Uji F-Square (f^2)

Uji F-square mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji F-square dalam penelitian ini disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 8. Hasil Uji F-Square

Variabel	Keberlanjutan Bisnis (Y)	Keterangan
Modal Inovasi (X1)	0.315	Besar
Orientasi Pasar (X2)	0.410	Besar
Penggunaan Teknologi (X3)	0.365	Besar

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Menurut Tabel 8, nilai f^2 untuk pengaruh Orientasi Pasar (X2) terhadap Keberlanjutan Bisnis (Y) adalah 0,410, yang menunjukkan

pengaruh substansial. Selanjutnya, pengaruh Penggunaan Teknologi (X3) terhadap Keberlanjutan Bisnis (Y) memiliki nilai f^2 sebesar 0,365, yang juga mengindikasikan pengaruh yang

besar. Terakhir, nilai f^2 untuk Modal Inovasi (X1) adalah 0,315, yang menunjukkan pengaruh sedang.

Goodness of Fit (GoF)

Dengan menggunakan Model *Goodness of Fit* (GoF), dilakukan evaluasi untuk menentukan apakah model penelitian tersebut sesuai dan layak.

Tabel 9. Nilai Communalitiy dan R-Square

Variabel Konstruk	Communalitiy (AVE)	R-Square
Modal Inovasi (X1)	0.778	
Orientasi Pasar (X2)	0.809	
Penggunaan Teknologi (X3)	0.814	
Keberlanjutan Bisnis (Y)	0.812	0.788
Rata-rata	0.803	0.788

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa rata-rata communalitiy adalah 0,803, sedangkan rata-rata R-Square adalah 0,788. Perhitungan nilai GoF untuk penelitian ini adalah sebagai berikut: $GoF = \sqrt{(R^2 \text{ rata-rata} \times \text{Communalitiy rata-rata})}$ $GoF = \sqrt{(0,788 \times 0,803)} = \sqrt{0,632} = 0,795$ Perhitungan tersebut menghasilkan nilai Goodness of Fit (GoF) sebesar 0,795, yang menandakan tingkat kesesuaian

model yang sangat tinggi untuk model penelitian, dan mengkategorikannya sebagai tinggi menurut kriteria evaluasi.

Uji Hipotesis (Bootstrapping)

Penelitian ini menggunakan analisis statistik untuk menguji pernyataan teoretis melalui pengujian hipotesis. Metode ini sangat penting untuk menilai signifikansi empiris dari hubungan variabel kerangka teoretis (Hair et al., 2022).

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis

Pengaruh	Original Sample (Koefisien Jalur)	Standard Deviation	T Statistics	P Values	Keterangan

Modal Inovasi (X1) → Keberlanjutan Bisnis (Y)	0.388	0.048	6.083	0.000	Signifikan
Orientasi Pasar (X2) → Keberlanjutan Bisnis (Y)	0.452	0.051	5.862	0.000	Signifikan
Penggunaan Teknologi (X3) → Keberlanjutan Bisnis (Y)	0.415	0.049	5.469	0.000	Signifikan

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 10 menunjukkan bahwa:

Pengaruh Modal Inovasi terhadap Keberlanjutan Bisnis

Berdasarkan hasil analisis, nilai p-value sebesar 0.000 (< 0.05) dan koefisien jalur sebesar 0.388 yang bernilai positif menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima. Dengan demikian, Modal Inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM. Artinya, semakin tinggi modal inovasi yang dimiliki, maka semakin meningkat keberlanjutan bisnis UMKM.

Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keberlanjutan Bisnis

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai p-value sebesar 0.000 (< 0.05) dan koefisien jalur sebesar 0.452 yang positif, sehingga hipotesis dapat diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa Orientasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM. Dengan kata lain, orientasi pasar yang kuat mampu mendorong keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Pengaruh Penggunaan Teknologi terhadap Keberlanjutan Bisnis

Analisis menunjukkan bahwa nilai p-value sebesar 0.000 (< 0.05) dengan koefisien jalur sebesar 0.415 yang positif, sehingga hipotesis dinyatakan diterima. Temuan ini

mengonfirmasi bahwa Penggunaan Teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM. Artinya, pemanfaatan teknologi yang efektif dapat meningkatkan keberlangsungan usaha UMKM secara berkelanjutan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Modal Inovasi terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM

Hasil penelitian ini secara empiris membuktikan bahwa modal inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Kabupaten Sumbawa. Artinya, semakin tinggi modal inovasi yang dimiliki oleh UMKM, maka semakin tinggi pula tingkat keberlanjutan bisnisnya. Hal ini menunjukkan hubungan searah antara kedua variabel: jika satu naik, yang lain juga naik. Temuan ini sejalan dengan kerangka teori Resource-Based View (RBV), yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bersumber dari aset internal yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak tergantikan. Dalam konteks ini, modal inovasi yang mencakup kreativitas sumber daya manusia, budaya organisasi yang mendukung

eksperimen, serta jejaring kolaboratif berfungsi sebagai kapabilitas dinamis yang memungkinkan UMKM untuk terus beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis dan menciptakan nilai baru. UMKM di Sumbawa yang mendorong pengembangan keterampilan karyawan, memfasilitasi ide-ide inovatif, serta menjalin kemitraan strategis terbukti memiliki daya tahan dan fleksibilitas lebih tinggi dalam menjaga keberlangsungan usahanya.

Penelitian ini juga memperkuat temuan sebelumnya dari Pratama, Sari, dan Wijaya (2022), serta Chen, Wang, dan Huang (2020), yang menemukan bahwa modal inovasi berkontribusi positif terhadap kinerja dan daya saing usaha kecil. Namun demikian, dalam konteks Kabupaten Sumbawa, pengaruh ini memiliki dimensi lokal yang khas. Di tengah keterbatasan akses terhadap modal finansial dan teknologi canggih, UMKM di daerah ini memanfaatkan pengetahuan lokal, kreativitas komunitas, dan adaptasi terhadap permintaan pasar sebagai bentuk nyata dari modal inovatif. Inovasi dilakukan tidak hanya pada produk, tetapi juga pada proses seperti efisiensi distribusi atau pemanfaatan

teknologi sederhana dan pemasaran, seperti membangun narasi produk berbasis budaya lokal yang kuat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa modal inovasi bukan sekadar faktor penunjang, tetapi merupakan fondasi utama bagi keberlanjutan bisnis UMKM di daerah yang menghadapi keterbatasan struktural seperti Sumbawa. Dorongan untuk terus berinovasi dalam konteks lokal membantu UMKM menciptakan keunikan produk, membangun loyalitas pelanggan, serta merespons perubahan pasar dengan lebih adaptif. Oleh karena itu, penguatan kapasitas inovasi baik melalui pelatihan, fasilitasi akses jejaring, maupun pengembangan ekosistem inovasi yang inklusif merupakan strategi krusial yang perlu didorong oleh pemangku kepentingan dalam upaya memperkuat keberlanjutan sektor UMKM di daerah.

Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM

Temuan hasil analisis hipotesis menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Kabupaten Sumbawa, menggarisbawahi pentingnya

pendekatan yang berpusat pada pelanggan dalam strategi pengelolaan usaha. Artinya, semakin tinggi orientasi pasar yang dimiliki oleh UMKM, maka semakin tinggi pula tingkat keberlanjutan bisnisnya. Hasil ini memperkuat teori orientasi pasar dari Narver dan Slater (1990), yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif dan kinerja jangka panjang dapat dicapai melalui pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan pelanggan, respons proaktif terhadap dinamika pasar, serta pemantauan kompetitor secara berkelanjutan. Dalam konteks UMKM di Sumbawa, kemampuan untuk mendengarkan umpan balik pelanggan, mengamati tren pasar lokal, serta melakukan penyesuaian produk dan layanan secara cepat menjadi elemen kunci yang membedakan antara usaha yang bertahan dan yang gagal di tengah ketidakpastian pasar.

Temuan ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyono dan Haryanto (2021) serta Kuncoro dan Sutanto (2020), yang menemukan bahwa orientasi pasar memiliki peran sentral dalam menciptakan loyalitas pelanggan dan mendorong inovasi produk. Dalam praktiknya, UMKM yang menerapkan

orientasi pasar secara aktif akan lebih fokus pada penyediaan nilai yang relevan bagi konsumen, bukan semata-mata menjual produk yang tersedia. Hal ini mendorong terciptanya model bisnis yang lebih adaptif dan berkelanjutan. Di wilayah seperti Sumbawa, pendekatan ini menjadi semakin penting karena konsumen memiliki preferensi unik yang tidak selalu dapat dipenuhi oleh produk generik dari luar daerah. Oleh karena itu, orientasi pasar berfungsi sebagai mekanisme penyesuaian strategis antara kapabilitas internal UMKM dan permintaan eksternal yang terus berubah. Lebih lanjut, orientasi pasar tidak hanya menciptakan daya saing jangka pendek, tetapi juga membangun ketahanan jangka panjang. UMKM yang berorientasi pada pasar cenderung mengalokasikan sumber daya mereka secara lebih efisien, mengurangi risiko produk gagal di pasar, serta meningkatkan peluang untuk memperluas jangkauan pasar melalui inovasi yang relevan secara lokal. Dalam jangka panjang, strategi ini tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan komunitas sekitar.

Oleh sebab itu, meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam memahami dan menerapkan prinsip-prinsip orientasi pasar merupakan langkah strategis yang perlu difasilitasi oleh pemerintah daerah, asosiasi UMKM, serta lembaga pendamping usaha di Kabupaten Sumbawa.

Pengaruh Penggunaan Teknologi terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM

Penelitian ini juga mengonfirmasi bahwa penggunaan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Kabupaten Sumbawa. Artinya, semakin tinggi tingkat penggunaan teknologi oleh UMKM, maka semakin tinggi pula tingkat keberlanjutan bisnisnya. Di era digital yang semakin dinamis, teknologi tidak lagi hanya merupakan kemewahan atau tambahan opsional, tetapi telah menjadi alat fundamental yang menentukan efisiensi operasional, jangkauan pasar, serta peningkatan daya saing usaha. Dalam konteks UMKM, pemanfaatan teknologi memberikan akses yang lebih luas kepada pelaku usaha untuk memperkenalkan produk mereka tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga

regional, nasional, bahkan internasional.

Temuan ini mendukung argumen bahwa adopsi teknologi digital mampu membantu UMKM mengatasi berbagai kendala struktural yang selama ini menjadi hambatan utama, seperti keterbatasan akses pasar, inefisiensi dalam distribusi, serta minimnya kapasitas manajerial. Penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran, platform e-commerce untuk transaksi digital, serta aplikasi pembayaran elektronik telah membuka peluang baru bagi UMKM di Sumbawa untuk menjangkau konsumen yang sebelumnya sulit diakses karena batasan geografis dan infrastruktur. Hasil ini selaras dengan penelitian sebelumnya oleh Apriani, Bachtiar, dan Sari (2023) serta Wibowo dan Pratiwi (2021), yang juga menemukan peran penting teknologi dalam meningkatkan performa dan kelangsungan hidup UMKM di berbagai wilayah. Lebih lanjut, dalam konteks lokal seperti Kabupaten Sumbawa, penggunaan teknologi juga berfungsi sebagai penyeimbang (equalizer) yang memberikan kesempatan yang lebih adil bagi pelaku UMKM untuk bersaing dengan

perusahaan besar. Dengan biaya yang relatif rendah dan aksesibilitas yang semakin mudah, teknologi digital memungkinkan pelaku usaha kecil untuk menggunakan alat pemasaran dan distribusi yang sama canggihnya dengan para pemain besar di pasar. Selain itu, seperti yang ditunjukkan oleh Setiawan, Santoso, dan Hidayat (2022), penerapan teknologi dalam sistem internal seperti pencatatan keuangan, inventaris, dan manajemen pesanan ternyata turut meningkatkan profesionalisme, akuntabilitas, dan kualitas pengambilan keputusan. Aspek-aspek ini sangat penting dalam membangun fondasi yang kuat untuk keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

D. Kesimpulan

Berdasarkan analisis mendalam terhadap data dan pembahasan yang telah dipaparkan dalam penelitian ini, ditarik beberapa kesimpulan utama mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan bisnis UMKM di Kabupaten Sumbawa: Modal Inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM. Kemampuan untuk berinovasi, baik dalam produk,

proses, maupun pemasaran, terbukti menjadi fondasi penting yang memungkinkan UMKM untuk beradaptasi, menciptakan keunggulan kompetitif, dan mempertahankan relevansinya di tengah perubahan pasar. Orientasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM, bahkan menjadi faktor dengan pengaruh terkuat. Pendekatan yang berpusat pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pelanggan dan pemantauan dinamika pasar memastikan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan permintaan, sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan dan efisiensi sumber daya. Penggunaan Teknologi juga memberikan pengaruh positif dan signifikan dalam mendukung keberlanjutan bisnis UMKM. Adopsi teknologi digital membuka akses ke pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan memberikan alat bagi UMKM untuk bersaing secara lebih efektif di era ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, D., Bachtiar, A., & Sari, D. P. (2023). The role of e-commerce adoption on MSMEs performance during the COVID-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 100005.
- Ayodotun, S. (2019). Strategic agility and competitive performance in the Nigerian telecommunication industry. *Journal of Economics and Management*, 35(1), 5-25.
- Cahyono, Y., & Haryanto, B. (2021). The effect of market orientation and innovation on business performance of small and medium enterprises. *Journal of Business and Retail Management Research*, 15(3), 1-11.
- Chen, Y. S., Wang, C. J., & Huang, C. H. (2020). The effect of innovation capital on firm performance: A perspective of intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*, 21(6), 937-957.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business research*

- methods (12th ed.). New York, NY: McGraw-Hill/Irwin.
- Ghozali, I., & Priyono, B. (2019). The effect of market orientation, learning orientation and innovation on the performance of SMEs in Central Java. *Quality - Access to Success*, 20(171), 125-129.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Herliana, A. (2021). Factors affecting the failure of small and medium enterprises (SMEs) in Indonesia. *International Journal of Business and Management Invention*, 10(4), 23-30.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Laporan Perkembangan UMKM Indonesia*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia.
- Kuncoro, W., & Sutanto, A. (2020). The role of market orientation in mediating the effect of entrepreneurial orientation on SME's performance. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 13(1), 1-16.
- Lee, Y. H., & Chen, C. M. (2021). The impact of relational capital on innovation capability and new product development performance. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 36(13), 134-146.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20-35.
- Nuryanto, U. W., & Purnomo, B. H. (2024). Financial technology (fintech) adoption and its impact on the sustainability of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). *Cogent Business & Management*, 11(1), 2301567.
- Pratama, A., Sari, R. L., & Wijaya, T. (2022). The influence of innovation capital on the business performance of creative industry SMEs. *Procedia Computer Science*, 197, 526-534.
- Ratnawati, T., & Asyik, N. F. (2023). Digital transformation challenges for SMEs

- sustainability in the digital era. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 25(3), 365-376.
- Santoso, A. (2023). The role of innovation capital in achieving sustainable competitive advantage for SMEs. *International Journal of Small and Medium Enterprises*, 6(1), 45-58.
- Sari, D. K., & Setiawan, M. (2022). Market orientation and business performance: A study of Indonesian SMEs. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 24(2), 185-206.
- Sari, W. P., Wijayanti, A., & Nugroho, L. (2022). The effect of competitor orientation on marketing performance. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 85, 1-9.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using R: A Workbook. Cham, Switzerland: Springer.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research methods for business: A skill-building approach (7th ed.). Chichester, West Sussex: John Wiley & Sons.
- Setiawan, B., Santoso, D. T., & Hidayat, K. (2022). The impact of digital technology adoption on operational efficiency in SMEs. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100103.
- Subagja, A. D. (2021). The concept of innovation capital and its measurement. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 1-15.
- Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2018). *Electronic commerce 2018: A managerial and social networks perspective* (9th ed.). Cham, Switzerland: Springer.
- Wibowo, A., & Pratiwi, A. (2021). The effect of digital marketing on brand awareness and purchase intention in SMEs. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(3), 545-555.