

PENGARUH KNOWLEDGE MANAGEMENT, MOTIVASI DAN INOVASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PASCA PANDEMI COVID-19 (Studi Pada Wanita Pedagang di Dupak Grosir Surabaya)

Agustina Rachmawati

agustina.rachma88@gmail.com

Nur Laily

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to find out and analyze the effect of knowledge management, motivation, and innovation on women's trader business success at Dupak Grosir Surabaya after the pandemic of Covid-19. The research was quantitative. The population was women's traders of UMKM at Dupak Grosir, Surabaya. They consisted of 100 traders of respondents. Furthermore, the data collection technique used purposive sampling, in which the sample was based on the criteria given. Moreover, the instrument in the data collection technique used questionnaires. The data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistical Product and Service Solution) 25. The result concluded that knowledge management had a positive and significant effect on women's trader business success at Dupak Grosir Surabaya. Likewise, motivation had a positive and significant effect on women's trader business success at Dupak Grosir Surabaya. Similarly, innovation had had a positive and significant effect on women's trader business success at Dupak Grosir Surabaya.

Keywords: *Knowledge Management, Motivation, Innovation, Business Success*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *knowledge management*, motivasi dan inovasi terhadap keberhasilan usaha wanita pedagang di Dupak Grosir Surabaya pasca pandemi Covid-19. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah wanita pedagang berbasis UMKM di Dupak Grosir Surabaya yang berjumlah 100 responden. Sampel diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang bertujuan untuk menghitung besarnya koefisien regresi guna menunjukkan besarnya pengaruh variabel *knowledge management*, motivasi dan inovasi terhadap keberhasilan usaha dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa keberhasilan usaha wanita pedagang di Dupak Grosir Surabaya dipengaruhi oleh *knowledge management*, motivasi dan inovasi.

Kata Kunci: *Knowledge Management, Motivasi, Inovasi dan Keberhasilan Usaha*

PENDAHULUAN

Partisipasi wanita di sektor UMKM cukup tinggi, peran wanita dalam bidang perdagangan juga semakin diperhitungkan, dikarenakan bidang tersebut dipandang memiliki fleksibilitas. Hal ini cukup dapat dipahami mengingat bidang ini memungkinkan wanita untuk dapat menjalankan kewajiban utamanya sebagai ibu rumah tangga dan istri sekaligus membantu ekonomi keluarga. Sebenarnya, keterlibatan wanita dalam dunia perdagangan bukanlah hal yang baru, hal ini dapat dilihat dari pasar-pasar tradisional tidak sedikit wanita yang melakukan aktivitas perdagangan sebagai alternatif untuk memperoleh penghasilan. Keberhasilan wanita UMKM juga menjadi pendorong ekonomi berkelanjutan dengan

mengedepankan kreativitas dan pembaharuan atau inovasi untuk berkarya. Termasuk peran wanita dalam pemulihan serta kebangkitan UMKM yang berawal dari tuntutan untuk mendapatkan tambahan penghasilan rumah tangga. Dari data Badan Pusat Statistik (2021) bahwa sebanyak 64,5 persen dari total UMKM dikelola oleh kaum perempuan. Data tersebut membuktikan bahwa wanita Indonesia semakin menunjukkan kontribusinya dalam dunia ekonomi, wirausaha dan bisnis.

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia termasuk Indonesia tidak hanya menimbulkan dampak kepada kesehatan manusia tetapi juga memiliki dampak yang signifikan terhadap kesehatan ekonomi UMKM. Hanya sebagian UMKM yang masih bertahan menjalankan usahanya dan menurut (*The Prakarsa*, 2020) dampak pandemi Covid-19 terhadap UMKM perempuan antara lain: penurunan omset secara drastis sebesar 96%, adanya kendala pemasaran produk terutama saat PSBB sebesar 67%, modal yang habis serta kesulitan mengakses modal sebesar 51%, dan kesulitan memperoleh bahan baku sebesar 35%. Ubaidillah (2020:166) menyatakan bahwa penyebaran wabah Covid-19 sangat terasa dampaknya bagi UMKM karena penurunan daya beli pada masyarakat disebabkan adanya himbuan dari pemerintah agar masyarakat bekerja dari rumah sehingga masyarakat membeli kebutuhan tanpa tatap muka dengan penjual atau melalui online. Permasalahan-permasalahan tersebut mengakibatkan semakin ketatnya persaingan dan hal tersebut menuntut wanita UMKM untuk dapat mulai menerapkan berbagai macam strategi dalam upaya keberhasilan usahanya, serta revitalisasi pasca pandemi Covid-19 guna mengembalikan eksistensi pelaku bisnis di sektor UMKM.

Keberhasilan usaha adalah tujuan dari setiap kewirausahaan dalam pencapaian maksimal, dimana keberhasilan secara nyata dari para wirausaha adalah materi yang semakin meningkat. Sukses tidaknya suatu kegiatan usaha tidak hanya tergantung pada besar-kecilnya ukuran usaha, tetapi juga dipengaruhi oleh bagaimana mengelolanya. Sementara itu, keberhasilan usaha tidak selalu mempunyai tujuan atau sasaran untuk memperoleh laba nyata dalam bentuk rupiah tetapi masih terdapat tujuan-tujuan lain yang dapat dicapai, seperti memberi kesempatan kerja, membantu masyarakat sekitarnya, perkembangan perusahaan, dan ikut serta meningkatkan pendapatan pemerintah melalui pajak.

Dalam menjalankan suatu usaha dibutuhkan *knowledge management* untuk dapat mengelola bisnis dengan baik atau merencanakan strategi yang tepat pasca pandemi hingga dapat mencapai keberhasilan usaha serta dapat bersaing dibidang usahanya. Dalkir (2011:4) mendefinisikan *knowledge management* yaitu sebuah koordinasi sistematis dalam sebuah organisasi yang mengatur sumber daya manusia, teknologi, proses dan struktur organisasi dalam rangka meningkatkan *value* melalui penggunaan ulang dan inovasi. Koordinasi ini dapat dilakukan dengan cara menciptakan, membagi, dan mengaplikasikan pengetahuan dengan menggunakan pengalaman dan tindakan yang telah diambil perusahaan. Karena ukurannya yang kecil, wanita UMKM memiliki kesempatan untuk memperoleh pengetahuan langsung dan lebih cepat mengenai tindakan pesaing, tren pasar dan perkembangan lainnya.

Salah satu kunci meningkatkan daya saing dalam suatu perusahaan adalah mendorong laju inovasi sebuah perusahaan agar bisa bersaing, baik di tingkat lokal, nasional maupun global. Menurut Levitt dalam Suryana (2017:43) inovasi adalah kemampuan mengaplikasikan solusi yang kreatif terhadap permasalahan dan peluang yang ada untuk lebih memakmurkan kehidupan masyarakat. Maka dari itu, UMKM dituntut untuk terus berupaya mengembangkan strategi yang efektif dan inovatif guna membangun dan mempertahankan usahanya.

Menurut Hasibuan (2010) motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya dan upaya untuk mencapai kepuasan. Adapun motivasi seorang wirausaha mendirikan sebuah usaha adalah untuk memperoleh laba, kebebasan, adanya impian personal serta keinginan untuk mandiri. Wirausahawan tidak begitu saja puas dengan

hasil yang didapatkan tetapi wirausahawan akan terpacu untuk bisa mengembangkan usahanya. Wanita UMKM membutuhkan motivasi guna menciptakan hasil kinerja yang lebih optimal serta tetap berinovasi dalam memproduksi barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan pasar. Mereka juga diharuskan untuk mengelola pengetahuan yang dimiliki dengan menumbuh-kembangkan berbagai gagasan/ide usaha baru yang juga dapat berkontribusi sebagai pemecah persoalan sosial-ekonomi masyarakat akibat dampak pandemi sebelumnya untuk mendorong pengembangan kewirausahaan yang ber-*platform* digital.

Bedasarkan fenomena yang telah dikemukakan maka, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Knowledge Management, Motivasi dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pasca Pandemi Covid-19” (Studi Pada Wanita Pedagang di Dupak Grosir Surabaya). Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Apakah *knowledge management* berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada wanita pedagang berbasis UMKM di Dupak Grosir Surabaya? (2) Apakah motivasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada wanita pedagang berbasis UMKM di Dupak Grosir Surabaya? (3) Apakah inovasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada wanita pedagang berbasis UMKM di Dupak Grosir Surabaya? Tujuan dalam penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *knowledge management* terhadap keberhasilan usaha pada wanita pedagang berbasis UMKM di Dupak Grosir Surabaya, (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi terhadap keberhasilan usaha pada wanita pedagang berbasis UMKM di Dupak Grosir Surabaya, (3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap keberhasilan usaha pada wanita pedagang berbasis UMKM di Dupak Grosir Surabaya.

TINJAUAN TEORITIS

Keberhasilan Usaha

Erliah (2007:49) dalam (Tupamahu, 2016) menjelaskan bahwa “Suatu usaha dikatakan berhasil apabila setelah jangka waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik dalam permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan”. Menurut Ranto (2007) dalam Dauly dan Ramadini (2013:3) keberhasilan berwirausaha tidaklah identik dengan seberapa berhasil seseorang mengumpulkan uang atau harta serta menjadi kaya, karena kekayaan bisa diperoleh dengan berbagai cara sehingga menghasilkan nilai tambah. Melainkan senantiasa berupaya memulai, menumbuhkan, dan menjalankan bisnis dari apa yang sebelumnya tidak berbentuk, tidak berjalan, atau mungkin sama sekali tidak ada. Menurut Murphy and Peck (1980) dalam Alma (2017:106) beberapa faktor wirausahawan yang mempengaruhi keberhasilan usaha dalam mencapai puncak karir, yaitu sebagai berikut: Kemauan bekerja keras, bekerjasama dengan orang lain, penampilan yang baik, keyakinan diri, pandai membuat keputusan, mau menambah ilmu pengetahuan, ambisi untuk maju, dan pandai berkomunikasi. Keberhasilan usaha dapat diukur dengan beberapa indikator, Ozer dan Tinaztepe (2014) mengemukakan bahwa terdapat tiga indikator untuk mengukur keberhasilan usaha, yaitu: penjualan meningkat, pelanggan bertambah, keuntungan meningkat.

Knowledge Management

Dalkir (2011:4) mendefinisikan *knowledge management* yaitu sebuah koordinasi sistematis dalam sebuah organisasi yang mengatur sumber daya manusia, teknologi, proses dan struktur organisasi dalam rangka meningkatkan *value* melalui penggunaan ulang dan inovasi. Menurut Nasser *et al.* (2012) *knowledge management* merupakan sebuah proses yang membantu organisasi untuk menemukan, memilih, mengatur, menyebarkan, dan mentransfer informasi penting dan keahlian yang diperlukan untuk kegiatan organisasi. Nawawi (2012) menyebutkan bahwa *knowledge* (pengetahuan) terdiri dari dua jenis, yaitu *tacit knowledge* dan *explicit knowledge*. Iskandar dan Subekan (2018) mengonsepan dimensi *knowledge management*

untuk menentukan indikator sebagai berikut: *Personal knowledge*, *job procedure* atau prosedur kerja, *technology*.

Motivasi

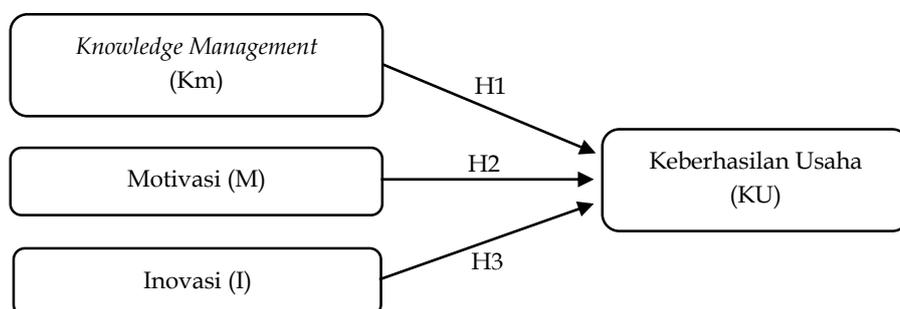
Hasibuan (2010) menjelaskan bahwa motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya dan upaya untuk mencapai kepuasan. Baron *et al.* (2007) bahwa motivasi untuk mengembangkan usaha baru diperlukan bukan hanya oleh rasa percaya diri dalam hal kemampuannya untuk berhasil, namun juga oleh kemampuannya dalam mengakses informasi mengenai peluang kewirausahaan. Kemudian menurut Saiman (2014:26) terdapat empat faktor yang mempengaruhi motivasi seseorang untuk menjadi wirausaha yaitu: Laba, kebebasan, impian personal, dan kemandirian. Motivasi keberhasilan usaha menurut Sedarmayanti (2015:233-239) yang dalam penelitian ini digunakan sebagai indikator penelitian adalah sebagai berikut: Gaji atau pendapatan, hubungan kerja, pengakuan atau penghargaan (*recognition*) dan keberhasilan (*achievement*).

Inovasi

Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki (Suryana, 2017:89). Menurut Levitt dalam Suryana (2017:43) inovasi adalah kemampuan mengaplikasikan solusi yang kreatif terhadap permasalahan dan peluang yang ada untuk lebih memakmurkan kehidupan masyarakat. Robbins (2018:126) mendefinisikan inovasi sebagai suatu gagasan baru yang diterapkan untuk meprakarsai atau memperbaiki suatu produk atau proses dan jasa. Menurut Hendro (2011) ada beberapa sumber yang bisa mendorong terjadinya sebuah inovasi. Sumber-sumber tersebut adalah sebagai berikut: Perbedaan antara permintaan dan penawaran, penciptaan permintaan karena kecenderungan (*trend*), perubahan (*change*), masalah yang belum terpecahkan dalam jangka waktu yang lama, inovasi yang ditujukan untuk mengganti inovasi produknya sendiri. Menurut Soegoto (2017) dimensi untuk menentukan indikator dari inovasi sebagai berikut: Inovasi produk (*product innovation*), inovasi proses (*process innovation*), inovasi pasar (*market innovation*).

Rerangka Konseptual

Bedasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah dan tinjauan teori yang telah dikemukakan, maka disajikan gambar rerangka konseptual penelitian sebagai berikut:



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Knowledge Management terhadap Keberhasilan Usaha

Pengelolaan pengetahuan dalam ilmu manajemen sering disebut dengan *knowledge management*. *Knowledge management* adalah tentang bagaimana kewirausahaan berjalan secara

efektif dengan mengaplikasikan aset pengetahuan. Setiap pengusaha harus bisa melakukan eksplorasi sumber daya, pengetahuan sekaligus kapabilitas yang dimiliki organisasi. *Knowledge management* juga memiliki peran penting dalam proses bisnis yang merupakan salah satu faktor penggerak organisasi yang kompetitif dan berdaya saing. Dengan adanya pengelolaan pengetahuan, keberhasilan usaha semakin mudah dicapai, seperti mendukung proses kreatifitas, mengembangkan berbagai inovasi dan mewujudkan pengambilan keputusan yang lebih baik. Sebaliknya tanpa adanya *knowledge management* dapat menghambat perkembangan bisnisnya, karena tidak bisa merancang maupun mengaplikasikan strategi secara tepat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Pelamonia (2020) yang menyatakan bahwa *knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Maka, dari pernyataan diatas dapat dirumuskan hipotesis yang pertama yaitu sebagai berikut:

H1 : *Knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha wanita pedagang berbasis UMKM

Pengaruh Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha

Dalam menjalankan suatu usaha dibutuhkan motivasi yang mampu meningkatkan komitmen seseorang terhadap pekerjaannya dalam mencapai suatu tujuan usaha. Seseorang yang memiliki motivasi yang tinggi untuk mencapai tujuan, membuat wirausahawan mampu meraih keberhasilan usaha. Sebaliknya, seseorang yang memiliki motivasi yang rendah tidak akan mempunyai komitmen dalam menjalankan usaha ataupun pekerjaannya. Maka, adanya motivasi dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha. Hasil dari penelitian Fadillah (2020) juga membuktikan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Dari pernyataan diatas dapat dirumuskan hipotesis kedua yaitu:

H2 : Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha wanita pedagang berbasis UMKM

Pengaruh Inovasi terhadap Keberhasilan Usaha

Inovasi merupakan tindakan untuk meraih sukses dalam persaingan berwirausaha. Tren pasar yang cepat berubah-ubah menuntut wirausahawan untuk terus berinovasi menciptakan hal-hal baru dan persaingan yang sangat kompleks menuntut inovasi secara terus-menerus atau berkesinambungan. Sehingga hal ini harus diikuti oleh pelaku usaha untuk selalu mengidentifikasi tren pasar dan mengembangkan produk yang ditawarkan atau menciptakan strategi-strategi baru agar menarik perhatian pasar. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Fadillah (2020) juga menyatakan bahwa inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha, yang berarti jika inovasi meningkat maka keberhasilan usaha meningkat signifikan, demikian sebaliknya. Maka, dari pernyataan diatas dapat dirumuskan hipotesis yang ketiga yaitu sebagai berikut:

H3 : Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha wanita pedagang berbasis UMKM

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif serta menggunakan uji hipotesis guna menarik kesimpulan. Sugiyono (2019:13) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan filsafat *positivisme*, yang digunakan untuk penelitian pada populasi tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah wanita pedagang berbasis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Dupak Grosir Surabaya.

Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya, dan teknik yang digunakan untuk penentuan sampelnya adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Maka dengan cara ini, untuk menentukan besarnya jumlah responden yang diambil sebagai anggota sampel dapat menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel yang dicari

z = nilai tabel normal dengan alpha tertentu

p = estimasi proporsinya

d = Presisi yang digunakan

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Sehingga didapatkan hasil sampel 96,04. Dari hasil tersebut dibulatkan menjadi 100, Dengan Demikian peneliti ini jumlah sampelnya adalah 100 responden. Adapun yang menjadi kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini, antara lain: (1) Wanita pedagang di Dupak Grosir Surabaya, (2) Usaha yang dimiliki berupa Usaha Mikro dan Kecil dengan usia usaha minimal 2 tahun, (3) Memiliki hasil penjualan tahunan < Rp300 juta s/d Rp2,5 miliar.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer data yang diperoleh langsung dari sumbernya yaitu wanita pedagang di Dupak Grosir Surabaya yang menjadi responden penelitian melalui pengisian kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disusun secara efektif dan efisien untuk mendapatkan jawaban dan informasi akurat yang telah diisi oleh responden. Sumber data pada penelitian ini berjumlah 100 responden.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian

Sugiyono (2019:38) menjelaskan bahwa variabel penelitian merupakan sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan mendapat informasi untuk ditarik sebuah kesimpulan. Agar tidak terjadi perbedaan cara pandang terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, maka perlu dilakukan klasifikasi terlebih dahulu terhadap variabel-variabel tersebut. Penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

Variabel Independen

Sugiyono (2019:69) variabel independen sering disebut sebagai variabel *output*, *predictor*, dan *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya

variabel dependen (terikat). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini yaitu *knowledge management*, motivasi dan inovasi.

Variabel Dependen

Sugiyono (2019:69) variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat yang diteliti adalah keberhasilan usaha.

Definisi Operasional Variabel

Knowledge Management

Knowledge management atau pengelolaan pengetahuan merupakan salah satu indikasi wanita pedagang Dupak Grosir Surabaya untuk mendapatkan, memahami dan menggunakan ilmu pengetahuan secara efektif. Iskandar dan Subekan (2018) mengkonsepkan *knowledge management* secara operasional dengan indikator, sebagai berikut: (1) *Sharing* pengalaman, (2) Pengalaman yang memperkaya pengetahuan, (3) Tanggung jawab pekerjaan, (4) Peningkatan efektifitas pekerjaan (5) Sarana penyebaran informasi.

Motivasi

Motivasi yang dimiliki wanita pedagang di Dupak Grosir Surabaya mampu mendorong dan meningkatkan semangat serta komitmen mereka terhadap pekerjaannya dalam mencapai suatu tujuan usaha. Sedarmayanti (2015:233-239) menyebutkan beberapa indikator motivasi antara lain: (1) Gaji atau pendapatan, (2) Hubungan kerja, (3) Pengakuan atau penghargaan (*recognition*), (4) Keberhasilan (*achievement*).

Inovasi

Inovasi adalah kemampuan mengaplikasikan solusi yang kreatif terhadap permasalahan dan peluang yang ada guna menunjang keberhasilan usaha yang dimiliki wanita pedagang di Dupak Grosir Surabaya. Adapun indikator inovasi menurut Soegoto (2017), yaitu: (1) Variasi produk (2) Variasi harga produk (3) Penambahan fasilitas, (4) Pemanfaatan teknologi baru, (4) Pemanfaatan media sosial, (5) Perluasan segmen pasar.

Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha merupakan suatu keadaan yang menggambarkan keberhasilan suatu bisnis dalam mencapai tujuannya, dan dimana seseorang mendapatkan hasil dari yang telah dilakukan atau dikerjakan. Menurut Ozer dan Tinaztepe (2014) menunjukkan bahwa indikator untuk mengukur keberhasilan usaha dapat dilihat dari beberapa hal penting, yaitu sebagai berikut: (1) Penjualan meningkat, (2) Pelanggan bertambah, (3) Keuntungan meningkat.

Uji Instrumen Data

Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dengan cara uji signifikan koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05. Valid tidaknya suatu item dapat dilihat dari kriteria pengujian sebagai berikut: (a) Jika r hitung $\geq r$ tabel maka instrumen tersebut berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid), (b) Jika r hitung $< r$ tabel maka instrumen tersebut tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018:47). SPSS dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Variabel dapat dikatakan reliabel apabila menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* > 0,6. Sebaliknya, apabila menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* < 0,6 maka variabel dapat dikatakan tidak reliabel.

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis linier berganda. Analisis linier berganda merupakan analisis mengenai ketergantungan variabel terikat (dependen) dengan salah satu bahkan lebih variabel bebas (independen) serta bertujuan untuk memprediksi rata-rata populasi dan nilai rata-rata variabel terikat (dependen) berdasarkan nilai variabel bebas (independen) terdiri dari dua atau lebih regresi (Ghozali, 2018:95). Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu *knowledge management*, motivasi dan inovasi terhadap keberhasilan usaha sebagai variabel terikat, maka persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini yaitu:

$$KU = a + b_1Km + b_2M + b_3I + e$$

Keterangan :

KU = Keberhasilan Usaha

a = intercept (konstanta)

b_1 = koefisien persamaan regresi untuk Knowledge Management

b_2 = koefisien persamaan regresi untuk Motivasi

b_3 = koefisien persamaan regresi untuk Inovasi

Km = Knowledge Management

M = Motivasi

I = Inovasi

e = Error item

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Ghozali (2018:154) menyatakan bahwa uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel residual memiliki distribusi normal. Apabila nilai residual tidak mengikuti distribusi normal statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil, model regresi yang baik adalah yang terdapat distribusi normal. Untuk menguji normalitas residual peneliti menggunakan grafik *Normal Probability Plot* dan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Normalitas tersebut dapat diketahui dari penyebaran titik data pada sumbu diagonal dari bentuk grafik normal, yaitu: apabila titik data yang menyebar pada sekitar garis diagonal dan nilai signifikansi pada tabel $\geq 0,05$ maka data tersebut berberdistribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi pada tabel < 0,05, maka data tersebut berdistribusi tidak normal.

Uji Multikolinearitas

Ghozali (2018:103) menyatakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji model regresi apakah ditemukan korelasi antar variabel. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Faktor* (VIF), yaitu: apabila nilai *Tolerance* $\leq 0,1$ dan nilai VIF ≥ 10 maka terjadi multikolinieritas, sebaliknya apabila nilai *Tolerance* $\geq 0,1$ dan nilai VIF ≤ 10 maka data tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

Uji heteroskedastisitas

Ghozali (2018:134) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas dapat digunakan untuk menguji model dalam persamaan regresi apakah terjadi ketidaksamaan dalam varian dari pengamatan. Persamaan yang baik yaitu yang tidak akan terjadi heteroskedastisitas atau hasilnya homoskedastisitas dimana varian residual pengamatan ke pengamatan lain bernilai tetap. Cara untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah: (a) Bilamana terdapat pola tertentu, seperti titik berbentuk suatu pola tertentu yang teratur (melebar, bergelombang dan menyempit) telah terjadi heteroskedastisitas, (b) Bilamana tidak terdapat pola yang jelas serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji *Goodnes of fit*

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menguji apakah substruktur model yang digunakan telah layak atau dinyatakan baik (*good of fit*), sehingga dapat dipastikan apakah model tersebut dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan taraf signifikan 5% atau 0,05. Dalam pengujian ini menggunakan kriteria dengan ketentuan, sebagai berikut: (a) Apabila nilai Uji F $\leq 0,05$ maka model penelitian diterima atau dikatakan layak dan dapat digunakan, (b) Apabila nilai Uji F $> 0,05$ maka dikatakan model regresi tidak layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) ini digunakan untuk melihat berapa besar tingkat pengaruh setiap variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) secara simultan. (Ghozali 2018:97). Dengan ketentuan sebagai berikut: (a) Apabila (R^2) mendekati nilai 0, artinya semakin lemah kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat, (b) Apabila (R^2) mendekati nilai 1, artinya semakin kuat kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji Hipotesis (Uji t)

Ghozali (2018:98) menunjukkan bahwa uji t digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas (independen) secara individual dalam menerangkan variabel terikat (dependen). Pengujian ini menggunakan taraf signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Adapun kriteria dalam pengambilan keputusan uji t, yakni sebagai berikut: (a) Jika tingkat signifikan pada uji $t < 0,05$ maka akan menunjukkan variabel *knowledge management*, motivasi dan inovasi berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. (b) Jika tingkat signifikan pada uji $t \geq 0,05$ maka akan menunjukkan variabel *knowledge management*, motivasi dan inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Ketepatan dari setiap item diukur menggunakan uji validitas, dalam suatu kuesioner dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkap data-data dari setiap variabel yang diteliti secara tepat. Tabel berikut menunjukkan hasil uji validitas pada empat variabel dalam penelitian ini, yakni *Knowledge management* (Km), Motivasi (M), Inovasi (I), dan Keberhasilan Usaha (KU) :

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Knowledge Management	Km.1	0,741	0,195	Valid
	Km.2	0,748		Valid
	Km.3	0,737		Valid
	Km.4	0,780		Valid
	Km.5	0,757		Valid
Motivasi	M.1	0,918		Valid
	M.2	0,770		Valid
	M.3	0,731		Valid
	M.4	0,918		Valid
Inovasi	I.1	0,875		Valid
	I.2	0,804		Valid
	I.3	0,814		Valid
	I.4	0,681		Valid
	I.5	0,348		Valid
	I.6	0,480		Valid
Keberhasilan Usaha	KU.1	0,682		Valid
	KU.2	0,796	Valid	
	KU.3	0,780	Valid	
	KU.4	0,806	Valid	
	KU.5	0,472	Valid	
	KU.6	0,682	Valid	

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

Bedasarkan Tabel 1 diatas terlihat bahwa semua item pernyataan yang mengukur variabel independen yaitu *knowledge management*, motivasi dan inovasi serta keberhasilan usaha yang merupakan variabel dependen dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian. Hal ini terjadi karena setiap item pernyataan dalam kuesioner menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel.

Hasil Uji Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas untuk menilai konsistensi dari instrument yang ada pada kuesioner. Instrumen penelitian tersebut dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 namun jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,6 maka instrumen penelitian dikatakan tidak reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas dari setiap variabel dalam penelitian ini:

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Knowledge Management</i> (Km)	0,806	Reliabel
Motivasi (M)	0,852	Reliabel
Inovasi (I)	0,763	Reliabel
Keberhasilan Usaha (KU)	0,809	Reliabel

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

Bedasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada seluruh variabel yang meliputi *knowledge management*, motivasi, inovasi dan keberhasilan usaha memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 sehingga instrumen penelitian tersebut dikatakan reliabel dan setiap item yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten. Kemudian, apabila pernyataan tersebut diajukan kembali akan memperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor yang digunakan dalam model penelitian yaitu *knowledge management*, motivasi, inovasi

terhadap keberhasilan usaha wanita pedagang di Dupak Grosir Surabaya. Hasil regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,898	1,048		2,766	0,007
Km	0,311	0,070	0,351	4,437	0,000
M	0,359	0,072	0,342	5,013	0,000
I	0,242	0,066	0,293	3,688	0,000

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

Dari Tabel 3 diatas, maka dapat diketahui persamaan regresi yang dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

$$KU = 2,898 + 0,311 Km + 0,359 M + 0,242 I + e$$

- Nilai konstanta (a) sebesar 2,898 yang artinya apabila variabel knowledge management, motivasi dan inovasi bernilai 0, maka keberhasilan usaha sebesar 2,898.
- Nilai koefisien regresi *knowledge management* (Km) sebesar 0,311 dan menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel *knowledge management* dengan keberhasilan usaha pada wanita pedagang berbasis UMKM di Dupak Grosir Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa terjadinya perubahan yang searah, artinya jika *knowledge management* baik maka keberhasilan usaha juga semakin baik.
- Nilai koefisien regresi motivasi (M) sebesar 0,359 dan menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel motivasi dengan keberhasilan usaha pada wanita pedagang berbasis UMKM di Dupak Grosir Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa terjadinya perubahan yang searah, artinya jika motivasi baik maka keberhasilan usaha juga semakin baik.
- Nilai koefisien regresi inovasi (I) sebesar 0,242 dan menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel inovasi dengan keberhasilan usaha pada wanita pedagang berbasis UMKM di Dupak Grosir Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa terjadinya perubahan yang searah, artinya jika inovasi baik maka keberhasilan usaha juga semakin baik.

Hasil Uji Asumsi Klasik
Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel residual memiliki distribusi normal.

Berikut ini merupakan hasil dari uji normalitas, yaitu:

- Uji Kolmogorov Smirnov

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,000000
	Std. Deviation	1,24571027
	Absolute	0,103
Most Extreme Differences	Positive	0,073
	Negative	-0,103
Test Statistic		0,103
Asymp. Sig. (2-tailed)		.111

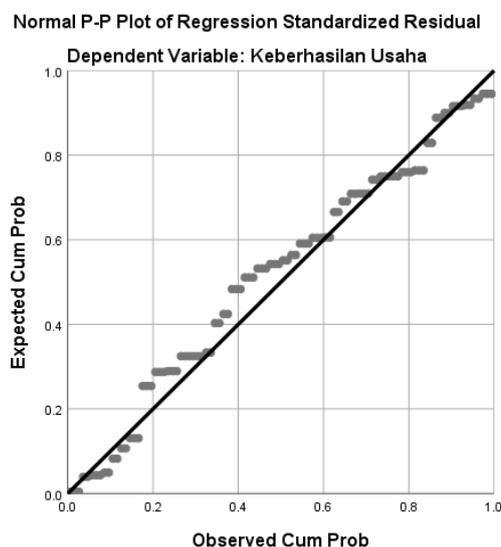
a. Test distribution is Normal

b. Calculated from data

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

Pada Tabel 4 diatas, dapat dilihat bahwa besarnya nilai *Asymp sig* (2-tailed) sebesar 0,11. Hasil tersebut sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, jika nilai *Asymp sig* $\geq 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data pada tabel diatas berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

b. Pendekatan Grafik



Gambar 2
Grafik Uji Normalitas
Sumber: Data primer diolah tahun 2022

Bila persebaran titik di sekitar sumbu diagonal mengikuti arah dari garis diagonal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas. Dari Gambar 2 diatas dapat diketahui bahwa hasil dari grafik uji normalitas dalam penelitian ini titik telah menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga menunjukkan jika pola data berdistribusi normal dan telah memenuhi uji normalitas.

Hasil Uji Multikolinieritas

Bedasarkan hasil uji multikolonieritas dengan menggunakan program SPSS 25 diperoleh hasil, sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinieritas

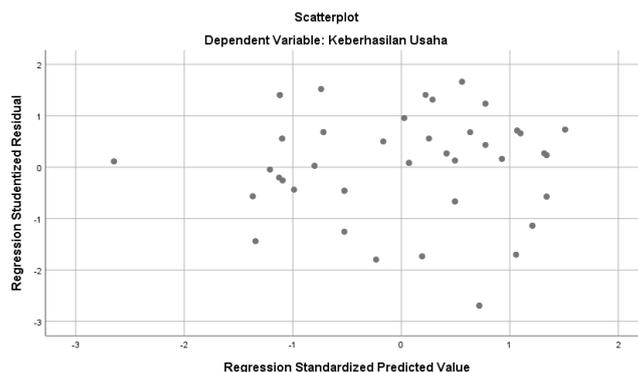
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Knowledge Management</i>	0,398	2,510	Bebas Multikolinieritas
Motivasi	0,537	1,863	Bebas Multikolinieritas
Inovasi	0,395	2,531	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

Berdasarkan pada Tabel 5 diatas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* $\leq 10,0$ maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari *knowledge management*, motivasi dan inovasi tidak terjadi multikolinieritas, sehingga variabel-variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Bedasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode grafik *scatterplot* dengan menggunakan program SPSS 25 diperoleh hasil, sebagai berikut:



Gambar 3
Grafik Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Data primer diolah tahun 2022

Dari Gambar 3 diatas, terlihat titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola yang jelas. Titik-titik tersebut tersebar di atas maupun di bawah garis 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas.

Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah substruktur model dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan taraf signifikan 5% atau 0,05. Apabila nilai Uji F $\leq 0,05$ maka model penelitian diterima atau dikatakan layak dan dapat digunakan. Sebaliknya, apabila nilai Uji F $> 0,05$ maka dikatakan model regresi tidak layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 6
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	487,612	3	162,537	101,568	0,000
Residual	153,628	96	1,600		
Total	641,240	99			

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

b. Predictors: (Constant), Inovasi, Motivasi, Knowledge Management

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

Dari Tabel 6 diatas dapat diketahui bahwa model layak untuk dilakukan penelitian karena memiliki F hitung sebesar 101,568 dengan tingkat signifikan $0,000 \leq 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya suatu keberhasilan usaha wanita pedagang di Dupak Grosir Surabaya ditentukan oleh seberapa baik persepsi mereka atas variabel *knowledge management*, motivasi dan inovasi. Dengan kata lain model ini layak untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase kontribusi variabel *knowledge management*, motivasi dan inovasi secara bersama-sama terhadap keberhasilan usaha.

Tabel 7
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,872 ^a	0,760	0,753	1,265

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Motivasi, Knowledge Management

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

Dari Tabel 7 diatas diketahui R square (R^2) sebesar 0,760 atau 76% hal ini berarti variabel *knowledge management*, motivasi dan inovasi mampu berkontribusi sebesar 76% terhadap keberhasilan usaha wanita pedagang di Dupak Grosir Surabaya, sedangkan sisanya 24% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak disertakan pada penelitian ini.

Uji Hipotesis (Uji t)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t dengan taraf signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Jika tingkat signifikan pada uji t < 0,05 maka hipotesis diterima. Jika tingkat signifikan pada uji t $\geq 0,05$ maka hipotesis ditolak.

Berikut dibawah ini merupakan hasil uji t dari setiap variabel:

Tabel 8
Hasil Uji t
Coefficients^a

	Model	t	Sig.
	(Constant)	2,766	0,007
1	Km	4,437	0,000
	M	5,013	0,000
	I	3,688	0,000

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber: Data primer diolah tahun 2022

Dari Tabel 8 diatas maka dapat diketahui bahwa hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

a. Pengujian Hipotesis 1 : *Knowledge management* berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha wanita pedagang berbasis UMKM di Dupak Grosir Surabaya.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian pada Tabel 8 diatas, pengaruh Km terhadap KU menghasilkan nilai koefisien (*Standardized Coefficient*) positif sebesar 4,437 dan *Sig-Value* sebesar 0,000. Oleh karena itu *Sig-Value* (0,000) < *Sig.Tolerance* (0,05) maka dapat dikatakan bahwa variabel *knowledge management* berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Dengan demikian hipotesis yang diajukan "*Knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha wanita pedagang berbasis UMKM" dinyatakan diterima.

b. Pengujian Hipotesis 2 : Motivasi berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha wanita pedagang berbasis UMKM di Dupak Grosir Surabaya.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian pada Tabel 8 diatas, pengaruh M terhadap KU menghasilkan nilai koefisien (*Standardized Coefficient*) positif sebesar 5,013 dan *Sig-Value* sebesar 0,000. Oleh karena itu *Sig-Value* (0,000) < *Sig.Tolerance* (0,05) maka dapat dikatakan bahwa variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Dengan demikian hipotesis yang diajukan "Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha wanita pedagang berbasis UMKM" dinyatakan diterima.

c. Pengujian Hipotesis 3 : Inovasi berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha wanita pedagang berbasis UMKM di Dupak Grosir Surabaya.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian pada Tabel 8 diatas, pengaruh I terhadap KU menghasilkan nilai koefisien (*Standardized Coefficient*) positif sebesar 3,688 dan *Sig-Value* sebesar 0,000. Oleh karena itu *Sig-Value* (0,000) < *Sig.Tolerance* (0,05) maka dapat dikatakan bahwa variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Dengan demikian hipotesis yang diajukan "Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha wanita pedagang berbasis UMKM" dinyatakan diterima.

Pembahasan

Pengaruh Knowledge Management terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hasil ini menjelaskan bahwa wanita pedagang di Dupak Grosir Surabaya sebagian besar mengevaluasi pengetahuan dengan pertukaran informasi (*knowledge sharing*), pengalaman, ide, dan keterampilan dengan individu atau kelompok orang lain di dalam suatu organisasi untuk meningkatkan keberlanjutan usaha. Trivellas *et al.* (2015) juga menjelaskan bahwa budaya *knowledge sharing* dapat mengembangkan kompetensi umum baru pada individu atau mempertajam aspek yang ada, seperti menciptakan ide-ide baru, berkomunikasi, hubungan interpersonal, memprioritaskan hal-hal, kreativitas, perencanaan, pemecahan masalah, dan kerja tim. Tidak hanya *knowledge sharing*, wanita pedagang di Dupak Grosir Surabaya juga menjadi lebih bertanggung jawab dalam pekerjaan dan memanfaatkan teknologi yang ada saat ini untuk menunjang usahanya sehingga pekerjaan mereka lebih efektif dan efisien.

Hal ini sejalan dengan teori Pelamonia (2020) yang mendefinisikan *knowledge management* sebagai aktualisasi transfer pengetahuan, teknologi, informasi, pemahaman media, akumulasi pengetahuan, investasi intelektual atau keterampilan pada sumber daya manusia UMKM sehingga mereka dapat melakukan pekerjaan dengan baik dan memiliki perilaku inovatif. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Bangun dan Budiarmo (2018) yang menunjukkan bahwa *knowledge management* berpengaruh cukup baik terhadap keberhasilan suatu usaha.

Pengaruh Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hasil ini menjelaskan bahwa wanita pedagang di Dupak Grosir Surabaya sebagian besar memiliki keinginan berprestasi yang dapat mendorongnya untuk mencapai sasaran, memiliki semangat kerja, berani dan memiliki rasa percaya diri dalam membuka usaha dengan risiko kerugian yang mungkin belum diketahui, bertindak bebas dari impian orang lain serta adanya dorongan untuk bisa hidup mandiri guna mencapai keberhasilan suatu usaha dengan membantu pendapatan keluarga. Dengan adanya motivasi dalam menjalankan usaha memungkinkan mereka untuk menggali informasi dan mengembangkan strategi yang dapat berkontribusi pada keberhasilan usahanya.

Hal ini sejalan dengan teori Baron *et al.* (2007) bahwa motivasi untuk mengembangkan usaha baru diperlukan bukan hanya oleh rasa percaya diri dalam hal kemampuannya untuk berhasil, namun juga oleh kemampuannya dalam mengakses informasi mengenai peluang kewirausahaan. Hasil dari penelitian ini relevan dengan hasil penelitian Fadillah (2020) bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Pengaruh Inovasi terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hasil ini menjelaskan bahwa wanita pedagang di Dupak Grosir Surabaya sebagian besar terus melakukan inovasi dalam berdagang agar konsumen tidak merasa bosan dan beralih ke toko lain. Ini menjadikan dorongan bagi wanita pedagang baik skala kecil maupun skala besar untuk selalu berinovasi demi meningkatkan daya saing usahanya. Mengembangkan ide-ide yang kreatif sekaligus yang menjadikan solusi untuk merevitalisasi usaha yang dikelola terutama di era pasca pandemi Covid-19.

Hal ini sejalan dengan teori Suryana (2017:43) bahwa inovasi adalah kemampuan mengaplikasikan solusi yang kreatif terhadap permasalahan dan peluang yang ada untuk lebih memakmurkan kehidupan masyarakat. Hal yang lebih penting, wirausahawan yang prospektif mempunyai keberanian untuk mempresentasikan ide melalui tahap pengembangan. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Pelamonia (2020) juga menyatakan

bahwa inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha, yang berarti jika inovasi meningkat maka keberhasilan usaha meningkat signifikan, demikian sebaliknya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari hasil analisis SPSS terhadap penelitian ini, sehingga memperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) Adanya pengaruh *knowledge management* secara signifikan dengan arah positif terhadap Keberhasilan Usaha Wanita Pedagang pada Dupak Grosir Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa wanita pedagang di Dupak Grosir Surabaya mendukung pemahaman pengetahuan dan informasi secara merata, *knowledge management* dapat meningkatkan kemampuan organisasi dalam mengelola aset intelektual, pengetahuan dan pengalaman yang ada sehingga operasionalisasi UMKM lebih efektif dan efisien dalam mencapai keberhasilan usaha yang diinginkan, (2) Adanya pengaruh motivasi secara signifikan dengan arah positif terhadap keberhasilan usaha wanita pedagang di Dupak Grosir Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa setiap wanita pedagang di Dupak Grosir Surabaya memiliki motivasi dalam menjalankan usaha salah satunya yaitu adanya dorongan maupun semangat untuk mencapai apa yang diinginkan dan menimbulkan kepuasan tersendiri dalam menghasilkan pendapatan secara independen dari usaha yang didirikan, (3) Adanya pengaruh inovasi secara signifikan dengan arah positif terhadap keberhasilan usaha wanita pedagang di Dupak Grosir Surabaya. Dapat disimpulkan bahwa setiap wanita pedagang di Dupak Grosir Surabaya menerapkan perilaku yang inovatif karena semakin tinggi inovasi yang dilakukan wirausahawan maka akan mendorong semakin tingginya kinerja usaha yang dikelola serta inovasi dianggap sebagai komponen yang dapat memberikan manfaat untuk mencapai keunggulan bersaing.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan prosedur ilmiah, namun masih memiliki keterbatasan dalam penelitian, yaitu: (1) Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan pengisian kuesioner, dengan demikian, kemungkinan responden tidak mengisi kuesioner dengan situasi sebenarnya atau tidak menanggapi dengan serius, sehingga akan berdampak pada data yang diperoleh, (2) Pada Objek penelitian ini menggunakan 100 responden, jumlah tersebut diambil dari perhitungan memakai rumus lemeshow dikarenakan total keseluruhan responden tidak diketahui, sehingga responden yang dijadikan sampel pada penelitian ini belum mencakup semua wanita pedagang di Dupak Grosir Surabaya. (3) Pada penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel independen yakni: *knowledge management*, motivasi dan inovasi. Sedangkan untuk variabel dependen menggunakan 1 variabel yakni: Keberhasilan usaha. Sehingga pada kajian ini tidak dapat menjelaskan secara lengkap faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha wanita. Maka dari itu bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang berkontribusi terhadap keberhasilan usaha, seperti perkembangan teknologi informasi, jiwa kewirausahaan dan faktor-faktor lainnya. (4) Pada penelitian ini hanya menggunakan metode kuesioner yang terkadang jawaban dari sampel tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya, sehingga bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memasukkan metode lain ke dalam penelitian seperti menggunakan metode wawancara agar data yang diperoleh lebih valid.

Saran

Bedasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat mengajukan beberapa saran, sebagai berikut: (1) Bagi wanita pedagang UMKM di Dupak Grosir Surabaya saatnya mengembangkan dan mendorong penerapan *knowledge management* sebagai kompetensi dalam berwirausaha, guna mendapatkan pengetahuan yang lebih berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan operasional UMKM, maka proses *knowledge management* dapat pula didukung dengan sarana prasarana, kerja yang memadai, sehingga proses penciptaan

pengetahuan akan lebih efisien dan efektif, (2) Bagi wanita pedagang UMKM di Dupak Grosir Surabaya diharapkan memiliki motivasi yang kuat dalam berwirausaha, terus berupaya untuk menumbuhkan bisnis dengan cara selalu mengevaluasi situasi dan *problem-problem* yang sebelumnya tidak atau kurang diperhatikan, mempunyai alternatif solusi terhadap situasi tertentu serta tidak menyerah untuk tetap merealisasikan impian yang ingin diraih, (3) Bagi wanita pedagang UMKM di Dupak Grosir Surabaya diharapkan dapat menciptakan strategi baru yang berkualitas yang dapat diterapkan di usaha yang dikelola serta terus berinovasi dalam mengembangkan ide-ide baru dengan menggabungkan pengetahuan dan sumber daya yang dimiliki serta beradaptasi dengan cara berbisnis yang kian cepat kearah digitalisasi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi seperti *e-commerce* dan sosial media sebagai solusi meningkatkan kembali penjualan yang sebelumnya merosot akibat pandemi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2017. *Kewirausahaan: untuk mahasiswa dan umum*. Penerbit Alfabeta. Bandung
- Bangun, J. A., dan Budiarmo, A. 2018. Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Knowledge Management Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Kasus Pada Sentra Industri Tempe di Kelurahan Krobokan Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3): 387-392.
- Baron, R. A., J. R. Baum, dan M. Frese. 2007. *Thepsychology of Entrepreneurship*. Lawrence Erlbaum Associates. Mahwa. Newjersey.
- Dalkir, K. 2011. *“Knowledge Management in Theory and Practice”*. Elsevier Butterworth-Heinemann USA. Burlington. United State of America.
- Daulay, R. W., dan Ramadini, F. 2013. Efikasi Diri dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Foto Copy dan Alat Tulis Kantor di Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. *Jurnal Media Informasi Manajemen*, 16.
- Fadillah, S. 2020. Pengaruh Motivasi Berwirausaha, Inovasi, dan Lingkungan Bisnis terhadap Keberhasilan Usaha Laundry di Kawasan Medan Johor.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM 25*. Edisi ketujuh. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hasibuan, M. S. 2010. *Organisasi dan Motivasi: Dasar Peningkatan Profuktifitas*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Hendro. 2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Erlangga. Jakarta.
- Iskandar, A., & Subekan, A. 2018. Pengaruh Personal Knowledge, Job Procedure Dan Technology Terhadap Kinerja Pegawai Organisasi Publik (*The Effect of Personal Knowledge, Job Procedure and Technology on Employee’s Performance in Public Organization*). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 9(2).
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia, 2021. *“Menteri Teten: Jumlah Kewirausahaan Perempuan Perlu Ditingkatkan”*. <https://kemenkopukm.go.id/read/menteri-teten-jumlah-kewirausahaan-perempuan-perlu-ditingkatkan>. Diakses pada 28 Mei 2022
- Laily, N., & Wahyuni, D. U. (2018). *The key success female entrepreneurs batik jonegoro in Indonesia*. *International Journal of Business Administration*, 9(2): 67-79.
- Nasser H. Z., A., S. Hussein dan M. Hassan. 2012. *The Role of Knowledge Management in Enhancing Organizational Performance*. *International Journal of Information Engineering and Electronic Business*. <https://doi.org/10.5815/ijieeb.2012.05.04>
- Nawawi, I. 2012. *Manajemen Pengetahuan (Knowledge Management) Teori dan Aplikasi Dalam Mewujudkan Daya Saing*. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- Ozer, F. dan Tinaztepe, C. 2014. *Effect of Strategic Leadership Styles on Firm Performance: A study in a Turkish SME*. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 150: 778-784.

- Pelamonia, M. 2020. Pengaruh *Knowledge Management* dan Inovasi Berbasis Layanan Terhadap Keberhasilan Bisnis UMKM Kreatif di Kota Ambon. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 1(2): 161-177.
- Ramdlaningrum, H, F. Armintasari, C.N. Aidha dan D. R. Ningrum "Dampak Covid19 Terhadap UMKM Perempuan" Perkumpulan Prakarsa, 2020. Dari: <https://repository.theprakarsa.org>. Diakses pada 16 Juni 2022
- Robbins, S.P. and Judge, T.A. 2018. *Essentials of Organizational Behavior. 14th Edition*, Pearson Education, Inc., London.
- Saiman, L. 2014. Kewirausahaan: Teori. *Praktik dan kasus-kasus, Salemba Empat*.
- Sedarmayanti. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia. Refika Aditama. Jakarta.
- Soegoto, E. S. 2017. Tren Kepemimpinan Kewirausahaan dan Manajemen Inovatif Di Era Bisnis Modern. Andi Offset. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D. Alfabeta. Bandung.
- Suryana. 2017. Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses. Salemba Empat. Bandung.
- Trivellas, P., Z. Akrivouli., E. Tsifora. dan P. Tsoutsas. 2015. *The Impact of Knowledge Sharing Culture on job Satisfaction in Accounting Firm with Mediating Effect of general Competencies. E-journal Procedia Economic and Finance Elsevier*. 19: 238-247
- Tupamahu, F. A. S. 2016. *Interpersonal Competence, Entrepreneurial Characteristics as Market Orientation Basis and Micro and Small Enterprises in Start-up Business Phase. Jurnal Aplikasi Manajemen*. <https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.4.01>
- Ubaidillah, M. 2020. Menjaga keberlangsungan UMKM pada masa wabah Covid-19. *Inventory: Jurnal Akuntansi*, 4(2): 166-174.