

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskriptif Data Penelitian

1. Deskripsi Responden

Total Kuesioner yang disebarakan berjumlah 110 eksklamer, seluruh kuesinoner mencapai kreteria. Adapun responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah pengusaha UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan Solo. Kreteria responden yang digunakan untuk menjelaskan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang ditetapkan, identitas responden yang menjadi subjek penelitian terdiri dari usia pemilik, jenis kelamin, lama usaha, dan jumlah karyawan.

a. Jenis Kelamin

Deskriptif jenis kelamin akan mengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin perempuan dan laki-laki, sehingga bisa menggambarkan karajteristik UMKM Batik di Kampung Laweyan Solo berdasarkan gender. Hasil deskripsi berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.1

Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Perempuan	26	30,2%
2	Laki-Laki	60	69,8%
Jumlah		86	100%

Sumber: Data diolah (Output SPSS 25.0) 2021

Berdasarkan pada tabel 4.1 diketahui bahwa jenis kelamin UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan adalah laki-laki sebanyak 60 orang (69,8%) dan perempuan sebanyak 26 orang (30,2%). Jenis kelamin laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan jenis kelamin perempuan dikarenakan dalam UMKM ini laki-laki yang mengurus dalam hal produksi sedangkan perempuan dalam hal pemasaran.

b. Usia Pemilik

Dalam UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan usia tidak dipermasalahkan dan tidak berpengaruh terhadap hasil produksi dengan alasan pemilik usaha adalah turun temurun dari orang tuanya. Untuk lebih jelaskan dapat kita lihat tabel deskripsi usia dibawah ini.

Tabel 4.2
Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Usia Pemilik Usaha

No	Usia Pemilik Usaha	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	30-39	18	20,9%
2	40-49	28	32,6%
3	50-59	30	34,9%
4	60-69	10	11,6%
Jumlah		86	100%

Sumber : Data diolah (Output SPSS 25.0) 2021

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa usia pengusaha batik di Kampung Batik Laweyan yang berusia 30-39 sebanyak 18 responden atau 20,9%, berusia 40-49 sebanyak 28 responden atau 32,6 %, berusia 50-59 sebanyak 30 responden atau 34,9% dan yang berusia 60-69 sebanyak 10 responden atau 11,6%.

c. Lama Usaha

Kriteria responden berdasarkan lama usaha yang dijalankan pengusaha dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 4.3
Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Lama Usaha

No	Lama Usaha	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	1 – 10	11	12,8%
2	11- 20	37	43%
3	21 – 30	23	36,7%
4	31 – 40	15	17,4%
Jumlah		86	100%

Sumber : Hasil Data Diolah dengan SPSS versi 25 (2021)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas diketahui bahwa usaha yang dijalankan pengusaha antara 1-10 tahun sebanyak 11 usaha (12,8%), yang berjalan 11-20 tahun sebanyak 37 usaha (43%), yang berjalan 21-30 tahun sebanyak 23 usaha (36,7%) dan yang berjalan 31-40 tahun sebanyak 14 (17,4%). Maka dapat disimpulkan UMKM di Kampung batik Laweyan sudah maju karena sudah ada dijamin dulu.

d. Jumlah Karyawan

Berdasarkan jumlah karyawan dapat digunakan untuk melihat seberapa banyak jumlah karyawan yang dimiliki oleh responden dalam menjalankan usanya.

Deskripsi berdasarkan jumlah karyawan dapat dilihat pada tabel 4.4 beriku

Tabel 4.4
Distribusi Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

No	Jumlah Karyawan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	1-5	51	59,3%
2	6-10	21	24,4%
3	11-15	14	16,3%
Jumlah		86	100%

Sumber : Data diolah (Output SPSS 25.0) 2021

Berdasarkan hasil hitungan dari tabel 1.4 maka dapat disimpulkan bahwa jumlah karyawan 1-5 sebanyak 51 responden (59,3%), yang memiliki karyawan 6-10 sebanyak 21 orang (24,4%) dan pengusaha yang memiliki jumlah karyawan sebanyak 11-15 orang sebanyak 14 responden (16,3%)

2. Deskripsi Angket
a. Syariah Marketing

Pada variabel syariah marketing terdiri dari 4 item pernyataan, dari hasil-hasil item tersebut maka dapat dideskripsikan pada tabel berikut :

Tabel 4.5
Frekuensi Variabel Syariah Marketing

Item Pernyataan	Tot al ST S	%	Tot al TS	%	Tot al N	%	Tot al S	%	Tot al SS	%
X1.1	0	0 %	0	0 %	11	12,8%	27	31,4%	48	55,8%
X1.2	0	0 %	2	2,3 %	12	14 %	33	38,4%	39	45,3%
X1.3	3	3,5 %	1	1,2 %	6	7%	33	38,4%	43	50,0%
X1.4	0	0 %	4	4,7 %	16	18,6%	25	29,1%	41	47,7%

Sumber : Hasil Data Dioleh dengan SPSS Versi 25 (2021)

1. Dari tabel di atas menunjukkan bahwa variabel syariah marketing item X1.1 menyatakan bahwa 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 0% responden

- menyatakan tidak setuju, 12,8% responden menyatakan netral, 31,4% responden menyatakan setuju, dan 55,8% menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menyatakan sangat setuju jika para pengusaha batik di Kampung Batik Laweyan Solo dalam memasarkan produknya tidak ada penipuan.
2. Item X1.2 menyatakan bahwa 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 2,3% responden menyatakan tidak setuju, 14% responden menyatakan netral, 38,4% responden menyatakan setuju dan 45,3% responden menyatakan sangat setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menyatakan sangat setuju bahwa para pengusaha batik di Kampung Batik Laweyan Solo dalam memasarkan produknya bersikap rendah hati, berperilaku baik, sopan, dan ramah.
 3. Item X1.3 menyatakan bahwa 3,5% responden menyatakan sangat tidak setuju, 1,2% responden menyatakan tidak setuju, 7% responden menyatakan netral, 38,4% responden menyatakan setuju, dan 50% responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menyatakan sangat setuju bahwa pengusaha batik di Kampung Batik Laweyan Solo dalam memasarkan produknya berpenampilan bersih, bersahaja, bersikap profesional, dan memakai busana muslim.
 4. Item X1.4 menyatakan bahwa 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 4,7% responden menyatakan tidak setuju, 18,6% responden menyatakan netral, 29,1% responden menyatakan setuju, dan 47,7% responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menyatakan sangat setuju bahwa pengusaha batik di Kampung Batik Laweyan Solo dalam memasarkan produknya tidak membedakan status pembeli.
- b. Orientasi Kewirausahaan
- Pada variabel orientasi kewirausahaan terdiri dari 5 item pernyataan, dari hasil-hasil item tersebut maka dapat dideskripsikan pada tabel berikut :

Tabel 4.6
Frekuensi Variabel Orientasi Kewirausahaan

Item Pernyataan	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
X2.1	2	2,3 %	3	3,5 %	16	18,6 %	26	30 %	39	45,3 %
X2.2	4	4,7 %	3	3,5 %	9	10,5 %	48	55,8 %	22	25,6 %
X2.3	4	4,7 %	5	5,8 %	8	9,3 %	30	34,9 %	39	45,3 %
X2.4	5	5,8 %	4	4,7 %	8	9,3 %	15	17,4 %	54	62,8 %
X2.5	4	4,7 %	5	5,8 %	9	10,5 %	40	46,5 %	28	32,6 %

Sumber : Hasil Data Diolah dengan SPSS Versi 25 (2021)

1. Dari tabel di atas menunjukan bahwa variabel orientasi kewirausahaan pada item X2.2 2,3% responden menyatakan bahwa sangat tidak setuju, 3,5% responden menyatakan tidak setuju, 18,6% responden menyatakan netral, 30,2% responden menyatakan setuju, dan 45,3% responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden X2.2 menyatakan sangat setuju bahwa pengusaha batik Laweyan Solo dapat membuat motif yang belum pernah dibuat sebelumnya.
2. Item X2.2 menyatakan bahwa 4,7% responden menyatakan sangat tidak setuju, 3,5% responden menyatakan tidak setuju, 10,5% responden menyatakan netral, 55,8% responden menyatakan setuju, dan 25,6% responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden pada item X2.2 menyatakan setuju bahwa pengusaha batik Laweyan Solo mampu memproduksi batik dalam jumlah yang banyak.
3. Item X2.3 menyatakan bahwa 4,7% responden menyatakan sangat tidak setuju, 5,8% responden menyatakan tidak setuju, 9,3% responden menyatakan netral, 34,9% responden menyatakan setuju, dan 45,3% responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan rata-rata responden menyatakan sangat

setuju bahwa para pengusaha batik di Laweyan Solo melakukan kerja sama dengan pengusaha lainnya untuk mengembangkan bisnisnya.

4. Item X2.4 menyatakan bahwa 5,8% responden menyatakan sangat tidak setuju, 4,7% responden menyatakan tidak setuju, 9,3% responden menyatakan netral, 17,4% responden menyatakan setuju, dan 62,8% responden menyatakan sangat setuju. maka dapat disimpulkan rata-rata responden pada item ini menyatakan sangat setuju bahwa para pengusaha batik di Laweyan Solo selalu meningkatkan layanan dan kapasitas produknya.
 5. Item X2.5 menyatakan bahwa 4,7% responden menyatakan sangat tidak setuju, 5,8% responden menyatakan tidak setuju, 10,5% responden menyatakan netral, 46,5% responden menyatakan setuju, dan 32,6% responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan rata-rata responden menyatakan setuju bahwa pengusaha batik Laweyan Solo mempunyai visi dan misi dalam mengelola bisnisnya.
- c. Inovasi Produk

Pada variabel inovasi produk terdiri dari 5 item pernyataan dari hasil-hasil item tersebut maka dapat dideskripsikan pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Frekuensi Variabel Inovasi Produk

Item Pernyataan	Tot al ST S	%	Tot al T S	%	Tot al N	%	Tot al S	%	Tot al S S	%
X3.1	1	1,2 %	3	3,5 %	11	12,8 %	21	24,4 %	50	58,1 %
X3.2	2	2,3 %	3	3,5 %	9	10,5 %	32	37,2 %	40	46,5 %
X3.3	3	3,5 %	4	4,7 %	8	9,3 %	23	27,1 %	48	55,8 %
X3.4	3	3,5 %	3	3,5 %	13	15,1 %	14	16,3 %	53	61,6 %

						%		%		%
X3.5	1	1,2 %	5	5,8 %	11	12, 8 %	33	38, 4 %	36	41, 9 %

Sumber : Hasil Data Diolah dengan SPSS Versi 25 (2021)

1. Dilihat dari hasil tabel di atas variabel inovasi produk pada item X3.1 menunjukkan bahwa 1,2% responden menyatakan sangat tidak setuju, 3,5% menyatakan tidak setuju, 12,8% responden menyatakan netral, 24,4% responden menyatakan setuju dan 58,1% responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan rata-rata responden menyatakan sangat setuju bahwa batik Kampung Laweyan memiliki kualitas yang bagus.
2. Pada item X3.2 menunjukkan 2,3% responden menyatakan sangat tidak setuju, 3,5% menyatakan tidak setuju, 10,5% menyatakan netral, 37,2% responden menyatakan setuju, dan 46,5% responden menyatakan sangat setuju. jadi, dapat disimpulkan rata-rata responden menyatakan sangat setuju bahwa Batik Laweyan mampu bersaing dengan produk lainnya.
3. Item X3.3 menunjukkan 3,5% responden menyatakan sangat tidak setuju, 4,7% responden menyatakan tidak setuju, 9,3% responden pengusaha batik laweyan menyatakan netral, 26,7% responden menyatakan setuju, dan 55,8% pengusaha batik menyatakan sangat setuju. Jadi, dapat disimpulkan rata-rata responden di Kampung Batik Laweyan menyatakan sangat setuju bahwa motif batik di Laweyan memiliki warna yang lebih terang dan tidak terikat kuat dengan motif karatin.
4. Item X3.4 menunjukab bahwa 3,5% responden menyatakan sangat tidak setuju, 3,5% responden menyatakan tidak setuju, 15,1% responden menyatakan netral, 16,3% responden menyatakan setuju dan 61,6% responden di Kampung Batik Laweyan Solo menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan rata-rata responden menyatakan sangat setuju bahwa batik Laweyan memiliki motif yang banyak.
5. Dan yang terakhir pada item X3.5 menunjukkan bahwa 1,2% responden menyatakan sangat tidak setuju, 5,8% responden menyatakan tidak setuju, 12,8% responden

menyatakan netral, 38,4% responden menyatakan setuju, dan 41,9% responden menyatakan sangat setuju. Jadi, dapat disimpulkan rata-rata responden pada item ini menyatakan sangat setuju bahwa batik Laweyan memiliki desain batik klasik dan desain motif kontemporer.

d. Kompetensi Kewirausahaan

Pada variabel kompetensi kewirausahaan terdiri dari 8 item pernyataan dari hasil-hasil item tersebut dapat dideskripsikan pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Frekuensi Variabel Kompetensi Kewirausahaan

Item Pernyataan	Total S	%	Total T	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
X4.1	1	1,2 %	0	0 %	9	10,5 %	22	25,6 %	54	62,8 %
X4.2	3	3,5 %	0	0 %	10	11,6 %	32	37,2 %	41	47,7 %
X4.3	3	3,5 %	2	2,3 %	2	2,3 %	25	29,1 %	54	62,8 %
X4.4	2	2,3 %	1	1,2 %	18	20,9 %	13	15,1 %	52	60,5 %
X4.5	0	0%	3	3,5 %	12	14%	33	38,4 %	38	44,2 %
X4.6	0	0%	0	0 %	11	12,8 %	20	23,3 %	55	64%
X4.7	3	3,5 %	1	1,2 %	9	10,5 %	24	27,9 %	49	57%
X4.8	0	0%	0	0 %	11	12,8 %	28	32,6 %	47	54,7 %

Sumber : Hasil Data Diolah dengan SPSS versi 25 (2021)

1. Pada data variabel kompetensi kewirausahaan item X4.1 menunjukkan bahwa 1,2% responden menyatakan sangat

tidak setuju, 0% responden menyatakan tidak setuju, 10,5% responden menyatakan netral. 25,6% responden menyatakan setuju dan 62,8% responden menyatakan sangat setuju. dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden pengusaha di Kampung Batik Laweyan menyatakan sangat setuju bahwa pengusaha batik di Laweyan Solo selalu menentukan tujuan untuk mengembangkan usahanya.

2. Pada item X4.2 menunjukkan bahwa 03,5% responden menyatakan sangat tidak setuju, 0% responden menyatakan tidak setuju, 11,6% responden menyatakan netral, 37,2% responden menyatakan setuju, dan 47,7% responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bawa rata-rata responden menyatakan sangat setuju bahwa pengusaha Batik di Laweyan selalu membuat strategi bisnis untuk mengembangkan bisnisnya.
3. Item X4.3 menunjukkan bahwa 3,5% responden pengusaha batik menyatakan sangat tidak setuju, 2,3% responden pengusaha batik menyatakan tidak setuju, 2,3% responden menyatakan netral, 29,1% responden menyatakan setuju, serta 62,8% responden menyatakan sangat setuju. Dengan demikian, dapat disimpulkan rata-rata responden menyatakan sangat setuju bahwa seluruh pengusaha batik di Laweyan Solo selalu melakukan pemantauan, pengevaluasian, dan menyebarkan informasi yang berasal dari lingkungan internal maupun eksternal.
4. Item X4.4 menunjukkan bahwa 2,3% responden menyatakan sangat tidak setuju, 1,2% responden menyatakan tidak setuju, 20,9% responden menyatakan netral, 20,9% responden menyatakan setuju, dan 60,5% responden menyatakan sangat setuju. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan rata-rata responden menyatakan sangat setuju bahwa pengusaha batik Laweyan dapat mencari peluang dalam memajukan UMKM batiknya.
5. Item X4.5 menunjukkan bahwa 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 3,5% responden menyatakan tidak setuju, 14% responden menyatakan netral, 38,4% responden menyatakan setuju, dan 44,2% responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat

disimpulkan rata-rata responden menyatakan sangat setuju bahwa para pengusaha batik di Laweyan dapat bekerja sama dengan pengusaha lainnya.

6. Pada item X4.6 menunjukkan bahwa 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 0% responden menyatakan tidak setuju, 12,8% responden menyatakan netral, 23,3% responden menyatakan setuju, dan 64% responden menyatakan sangat setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan rata-rata responden menyatakan sangat setuju bahwa para pengusaha batik di Laweyan berani mengambil resiko.
 7. Item X4.7 menunjukkan bahwa 3,5% responden menyatakan sangat tidak setuju, 1,2% responden menyatakan tidak setuju, 10,5% responden menyatakan netral, 27,9% responden menyatakan setuju, dan 57% responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan rata-rata responden menyatakan sangat setuju bahwa pengusaha batik Laweyan memiliki kemauan untuk beradaptasi guna memajukan usahanya.
 8. Dan yang terakhir item X4.8 menunjukkan bahwa 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 0% responden menyatakan tidak setuju, 12,8% responden menyatakan netral, 32,6% responden menyatakan setuju, serta 54,7% responden menyatakan sangat setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan rata-rata responden menyatakan sangat setuju bahwa seluruh pengusaha batik Laweyan Solo memiliki motivasi dan ambisi yang baik dalam mengembangkan UMKM batik.
- e. Kinerja UMKM

Pada variabel kinerja UMKM terdiri dari 8 item pernyataan dari hasil-hasil item tersebut dapat dideskripsikan pada tabel berikut :

Tabel 4.9
Frukuensi Variabel Kinerja UMKM

Item Per ny ata an	Total ST S	%	Tot al T S	%	Tot al N	%	Tot al S	%	Tot al S S	%
Y1	0	0%	0	0%	18	20,9%	24	27,9%	44	51,2%

Y2	1	1,2 %	0	0 %	10	11, 6 %	42	48, 8 %	33	38,4 %
Y3	4	4,7 %	0	0 %	10	10, 6 %	29	33, 7 %	43	50%
Y4	1	1,2 %	2	2, 3 %	20	23, 3 %	11	12, 8 %	52	60,5 %
Y5	0	0%	3	3, 5 %	13	15, 1 %	40	46, 5 %	30	34,9 %
Y6	1	1,2 %	1	1, 2 %	12	15, 1 %	20	23, 3 %	51	59,3 %
Y7	0	0%	2	2, 3 %	10	11, 6 %	25	29, 1 %	49	57%
Y8	1	1,2 %	2	2, 3 %	12	15, 1 %	32	37, 2 %	38	44,2 %

Sumber : Hasil Data Diolah dengan SPSS versi 25 (2021)

1. Dari hasil tabel 4.9 menunjukkan bahwa item Y1 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 0% responden menyatakan tidak setuju, 20,9% responden menyatakan netral, 27,9% responden menyatakan setuju, dan 51,2% reponden menyatakan sangat setuju. maka dapat disimpulkan rata-rata responden menyatakan sangat setuju bahwa peningkatan jumlah karyawan dapat membuat pertumbuhan bisnis.
2. Item Y2 menunjukkan 1,2% responden menyatakan sangat tidak tidak setuju, 0% responden menyatakan tidak setuju, 11,6% responden menyatakan netral, 48,8% responden menyatakan setuju, dan 38,4% responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan rata-rata responden menyatakan setuju bahwa adanya peningkatan keuntungan UMKM dalam pertumbuhan tahun ini.
3. Pada item Y3 menunjukkan bahwa 4,7% responden menyatakan sangat tidak setuju, 0% responden menyatakan tidak setuju, 11,6% responden

menyatakan netral, 33,7% responden menyatakan setuju, dan 50% responden menyatakan sangat setuju. Jadi, dapat disimpulkan rata-rata responden menyatakan sangat setuju bahwa UMKM batik Laweyan telah menciptakan barang yang lebih banyak.

4. Item Y4 menunjukkan bahwa 1,2% responden menyatakan sangat tidak setuju, 2,3% responden menyatakan tidak setuju, 23,3% responden menyatakan netral, 12,8% responden menyatakan setuju, dan 60,5% responden menyatakan sangat setuju. Jadi, dapat disimpulkan rata-rata responden menyatakan sangat setuju bahwa asset UMKM tahun ini meningkat dari pada tahun lalu.
5. Item Y5 menunjukkan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 3,5% responden menyatakan tidak setuju, 15,1% responden menyatakan netral, 46,5% responden menyatakan setuju, serta 34,9% responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan rata-rata responden menyatakan setuju bahwa asset jangka panjang UMKM batik Laweyan dapat membuat pertumbuhan bisnis.
6. Pada item Y6 menunjukkan bahwa 1,2% responden menyatakan sangat tidak setuju, 1,2% responden menyatakan tidak setuju, 15,1% responden menyatakan netral, 23,3% responden menyatakan setuju, dan 59,3% responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan rata-rata responden menyatakan sangat setuju bahwa UMKM batik dapat memperoleh lebih banyak asset.
7. Pada item Y7 menunjukkan bahwa 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 2,3% responden menyatakan tidak setuju, 11,6% responden menyatakan netral, 29,1% responden menyatakan setuju, dan 57% responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan rata-rata responden menyatakan sangat setuju bahwa UMKM batik Laweyan selalu mengantisipasi peningkatan pertumbuhan penjualan bisnis.
8. Pada item Y8 menunjukkan bahwa 1,2% responden menyatakan sangat tidak setuju, 2,3% responden menyatakan tidak setuju, 15,1% responden

menyatakan netral, 37,2% responden menyatakan setuju, dan 44,2% responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan rata-rata responden menyatakan sangat setuju bahwa penjualan tahunan UMKM Batik Laweyan mengalami peningkatan setiap tahun.

B. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Untuk menentukan apakah suatu penelitian layak digunakan atau tidak adalah dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05 (=5%). Penelitian ini menggunakan 5 variabel dan jumlah pernyataan kuesioner variabel terdiri dari 30 item diantaranya : *Syariah Marketing* 4 item pernyataan, *Orientasi Kewirausahaan* 5 item pernyataan, *Inovasi Produk* 5 item pernyataan, *Kompetensi Kewirausahaan* 8 item pernyataan dan *Kinerja UMKM* 8 item pernyataan.

Suatu pernyataan atau indikator dikatakan valid jika $r_{hitung} > 0,361$. Dan validitas penelitian ini menggunakan perhitungan statistic *Software SPSS* versi 25, maka dapat dijelaskan validitas data variabel sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	Corrected Item-Total Correlation r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Syariah Marketing (X_1)	SM_1	0,732	0,361	Valid
	SM_2	0,683	0,361	Valid
	SM_3	0,654	0,361	Valid
	SM_4	0,629	0,361	Valid
Orientasi Kewirausahaan (X_2)	OK_1	0,644	0,361	Valid
	OK_2	0,739	0,361	Valid
	OK_3	0,819	0,361	Valid
	OK_4	0,724	0,361	Valid
	OK_5	0,795	0,361	Valid

Inovasi Produk (X_3)	IP_1	0,682	0,361	Valid
	IP_2	0,842	0,361	Valid
	IP_3	0,695	0,361	Valid
	IP_4	0,806	0,361	Valid
	IP_5	0,771	0,361	Valid
Kompetensi Kewirausahaan (X_4)	KK_1	0,790	0,361	Valid
	KK_2	0,694	0,361	Valid
	KK_3	0,667	0,361	Valid
	KK_4	0,669	0,361	Valid
	KK_5	0,834	0,361	Valid
	KK_6	0,619	0,361	Valid
	KK_7	0,773	0,361	Valid
	KK_8	0,688	0,361	Valid
Kinerja UMKM (Y)	KU_1	0,667	0,361	Valid
	KU_2	0,499	0,361	Valid
	KU_3	0,554	0,361	Valid
	KU_4	0,603	0,361	Valid
	KU_5	0,514	0,361	Valid
	KU_6	0,473	0,361	Valid
	KU_7	0,458	0,361	Valid
	KU_8	0,489	0,361	Valid

Sumber data : Diolah menggunakan SPSS versi 25 (2021)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.10 skor masing-masing pernyataan dengan skor total untuk mengisi variabel menunjukkan valid dan signifikan pada level 0,05. Hal ini mengidentifikasi bahwa pernyataan-pernyataan tersebut mempunyai validitas yang cukup tinggi sehingga layak untuk digunakan.

2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas merupakan alat untuk mengukur kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab hal yang terkait dengan konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner. Kreteria instrument dikatakan reliabel jika nilai yang didapatkan dalam proses pengujian dengan statistik *Cronbach Alpha* > 0,70. Uji realibilitas pada penelitian ini menggunakan 5 variabel yaitu

Syariah Marketing, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Kompetensi Kewirausahaan sebagai variabel independen, Kinerja UMKM sebagai variabel dependen.

Tabel 4.11
Hasil Uji Realibilitas Instrumen

<i>Reliability Statistic</i>				
Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Critical Value</i>	<i>N of items</i>	Keterangan
<i>Syariah Marketing</i> (X_1)	0,840	0,70	4	Reliabel
Orientasi Kewirausahaan (X_2)	0,895	0,70	5	Reliabel
Inovasi Produk (X_3)	0,903	0,70	5	Reliabel
Kompetensi Kewirausahaan (X_4)	0,911	0,70	8	Reliabel
Kinerja UMKM (Y)	0,814	0,70	8	Reliabel

Sumber data : Diolah melalui SPSS versi 21 (2021)

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa seluruh instrumen dari variabel yang diuji mempunyai *Cronbach's Alpha* > 0,70. Tingkat reliabilitas suatu variabel dilihat dari hasil statistik *Cronbach's Alpha*, jika suatu variabel memiliki nilai lebih dari 0,70 maka dikatakan reabel. Jadi hasil pengujian diatas cukup memuaskan karena semua instrumen memiliki tingkat reliabilitas (keandalan) yang cukup tinggi, sehingga dianggap reliabel.

C. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah sampel yang berasal dari populasi berdistribusi normal atau tidak. Dibawah ini dapat dilihat hasil dari uji normalitas dengan menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dan Normal P-P Plot seperti gambar dibawah ini

Tabel 4.12
Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.48198003
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.033
	Negative	-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil Data Dioleh dengan SPSS versi 25 (2021)

Hasil dari data yang diolah pada tabel 4.12 *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* di atas menunjukkan bahwa data terdistribusi normal karena nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$ artinya bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan diadakanya Uji heteroskedastisitas yaitu untuk menguji apakah dalam modal regresi terjadi ketidaksamaan residual varians suatu pemantauan ke pemantauan lainnya. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode Uji *Glejser* yang dihasilkan dari output program SPSS versi 25. Uji *Glejser* dengan cara meregresikan nilai absolut residual dengan variabel bebas menggunakan $\alpha 0,05$. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat dibawah ini.

Tabel 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	75.758	25.749		2.942	.004
	Syariah Marketing	-1.827	1.050	-.186	-1.740	.086
	Orientasi Kewirausahaan	-.895	.522	-.185	-1.716	.090
	Inovasi Produk	-.440	.550	-.087	-.801	.425
	Kompetensi Kewirausahaan	-.135	.484	-.030	-.278	.781

a. Dependent Variable: RES_2

Sumber: Hasil diolah dari SPSS Versi 25 (2021)

Dari tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansin hasil korelasi variabel di atas > dari 0,05 (5%), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa modal regresi dalam penelitian di atas tidak ada masalah heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji ini bermaksud untuk menguji apakah model regresi diketahui adanya korelasi antar variabel X. Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas (independen). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat di bawah ini

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.101	4.671		.664	.509		
	Syariah Marketing	.493	.191	.225	2.586	.011	.974	1.026
	Orientasi Kewirausahaan	.376	.095	.349	3.975	.000	.959	1.043
	Inovasi Produk	.307	.100	.271	3.076	.003	.956	1.046
	Kompetensi Kewirausahaan	.244	.088	.242	2.785	.007	.978	1.022

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: DiOlah menggunakan SPSS versi 25 (2021)

Pada tabel 4.14 menunjukkan hasil multikolinieritas, dapat dilihat pada kolom *Tolerance* dan *VIF*. Nilai *VIF* untuk variabel *Syariah Marketing* sebesar 1,026 dengan *Tolerance*

0,974, VIF Orientasi Kewirausahaan sebesar 1,043 dengan nilai *Tolerance* 0,959, Inovasi Produk memiliki VIF sebesar 1,046 dengan nilai *Tolerance* 0,956, sedangkan untuk variabel Kompetensi Kewirausahaan memiliki nilai VIF sebesar 1,022 dengan *Tolerance* 0,978. Karena nilai *Tolerance* dari keempat variabel > 10% dan VIF dari keempat variabel lebih kecil dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada keempat variabel X tersebut.

D. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.15
Analisis Regresi

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.101	4.671		.664	.509
	Syariah Marketing	.493	.191	.225	2.586	.011
	Orientasi Kewirausahaan	.376	.095	.349	3.975	.000
	Inovasi Produk	.307	.100	.271	3.076	.003
	Kompetensi Kewirausahaan	.244	.088	.242	2.785	.007

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS versi 25 (2021)

Berdasarkan tabel diatas, hasil perhitungan variabel bebas dapat disusun dalam suatu modal sebagai berikut:

$$Y = 3,101 + 0,493 X_1 + 0,376 X_2 + 0,307 X_3 + 0,244 X_4 + 4,671$$

Keterangan

Y = Kinerja UMKM

X₁ = Syariah Marketing

X₂ = Orientasi Kewirausahaan

X₃ = Inovasi Produk

X₄ = Kompetensi Kewirausahaan

e = Error

Dari Hasil analisis tersebut bisa diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta pertama diatas sebesar 3,101 angkat tersebut menunjukkan bahwa jika X₁ (*Syariah Marketing*), X₂ (*Orientasi Kewirausahaan*), X₃ *Inovasi Produk*, X₄ (*Kompetensi Kewirausahaan*) kosntan atau X=0, maka Kinerja UMKM sebesar 3,101.
2. *Syariah Marketing* menunjukkan koefisien sebesar (0,493). Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan pada variabel

Syariah Marketing sebesar 1 maka kinerja UMKM Batik juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,493.

3. Orientasi Kewirausahaan menunjukan koefisien sebesar (0,376). Hal ini berarti jika terjadi kenaikan pada variabel orientasi kewirausahaan sebesar 1% maka Kinerja UMKM Batik juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,376.
4. Inovasi Produk menunjukan koefisien sebesar (0,307). Hal ini berarti jika terjadi kenaikan pada variabel inovasi produk sebesar 1% maka kinerja UMKM juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,307.
5. Kompetensi Kewirausahaan menunjukan koefisien bernilai (0,244). Kejadian ini berarti apabila variabel kompetensi kewirausahaan menemui kenaikan sebesar 1% maka kinerja UMKM Batik juga mengalami peningkatan sebesar 0,244.

E. Hasil Uji Hipotesis

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali, Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai (R^2) antara nol dan satu. Jika nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan varian variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi varian variabel dependen.

Tabel 4.16
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.633 ^a	.401	.371	3.567

a. Predictors: (Constant), Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, *Syariah Marketing*, Inovasi Produk

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS versi 25 (2021)

Berdasarkan tabel 4.16 diatas besar adjusted (R^2) adalah sebesar 0,371 hal ini menunjukan bahwa 37,1% variabel Kinerja UMKM dapat dijelaskan dari empat variabel *Syariah Marketing*, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Kompetensi Kewirausahaan sedangkan sisanya ($100\% - 37,1\% = 62,9\%$)

dengan *Standart Error of the Estimate* 2,815, sehingga terdapat variabel independen yang dijelaskan oleh faktor yang lain sebesar 62,9% diluar model penelitian.

2. Uji Signifikansi Simultan (F)

Uji signifikansi simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Jika nilai $sig < 0,05$ maka variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Jika nilai $sig > 0,05$ maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Nilai F_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistic untuk signifikansi 0,05 dengan $df_1 = (k-1)$ dan $df_2 = (n-k)$. dimana k merupakan jumlah variabel bebas dan variabel terikat dan n merupakan jumlah sampel. Jadi $df_1 = (5-1) = 3$ dan $df_2 = (86-5) = 81$. Hasil untuk $F_{tabel} = 2,72$.

Tabel 4.17
Hasil Uji F ANOVA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	688.665	4	172.166	13.532	.000 ^b
	Residual	1030.556	81	12.723		
	Total	1719.221	85			

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

b. Predictors: (Constant), Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, Syariah Marketing, Inovasi Produk

Sumber : Hasil data diolah dengan menggunakan SPSS versi 25 (2021)

Hasil dari uji signifikansi simultan di atas didapat nilai F_{hitung} sebesar 13,532 nilai ini lebih besar dari nilai F_{tabel} yaitu 2,72 atau $F_{hitung} 13,532 > F_{tabel} 2,72$ dengan nilai probabilitas sebesar 0,000. Karena nilai probabilitas $< 0,05$ maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kinerja UMKM atau keempat variabel bebas *syariah marketing*, orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Dapat disimpulkan H_1 diterima dan H_0 ditolak maka berarti bahwa

variabel independen secara simultan atau bersamaan mempengaruhi variabel dependen (Y).

3. Uji T

Menurut Imam Ghazali uji signifikan parsial digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi atau pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel terikat (Y) secara individu atau parsial. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel independen (X) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

Jika nilai sig < 0,05 maka variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dan jika nilai sig > 0,05 maka variabel independen (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Nilai t_{tabel} dapat dilihat melalui tabel statistik untuk signifikan 0,05 dengan $df = n - k$, dimana k = jumlah variabel bebas dan variabel terikat dan n = jumlah sampel penelitian. Jadi $df = 86 - 5 = 81$ maka diperoleh hasil t_{tabel} sebesar 1,989. Hasil uji t dapat dilihat dibawah ini.

Tabel 4.18
Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	3.101	4.671		.664	.509
	Syariah Marketing	.493	.191	.225	2.586	.011
	Orientasi Kewirausahaan	.376	.095	.349	3.975	.000
	Inovasi Produk	.307	.100	.271	3.076	.003
	Kompetensi Kewirausahaan	.244	.088	.242	2.785	.007

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber : Data diolah melalui SPSS versi 25 (2021)

Berdasarkan hasil dari tabel 4.18 menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} pada variabel *Syariah Marketing* lebih besar dari t_{tabel} (2,586 > 1,989) dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,011, t_{hitung} pada variabel *Orientasi Kewirausahaan* lebih besar dari t_{tabel} (3,975 > 1,989) dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,000, nilai t_{hitung} pada variabel *Inovasi Produk* lebih besar daripada t_{tabel} (3,076 > 1,989) dengan tingkat signifikan kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,003,

dan nilai t_{hitung} pada variabel Kompetensi Kewirausahaan memiliki nilai lebih besar dari pada t_{tabel} ($2,785 > 1,989$) dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,007.

F. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis di atas, maka dapat dilakukan pembahasan yang mewariskan informasi secara detail tentang hasil penelitian dan bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu Syariah Marketing (X_1), Orientasi Kewirausahaan (X_2), Inovasi Produk (X_3), dan Kompetensi Kewirausahaan (X_4) sedangkan variabel dependennya yaitu Kinerja UMKM (Y). pengujian hipotesis antar variabel independen dan variabel dependen dilakukan melalui hasil analisis SPSS 25. Selanjutnya akan dilakukan pembahasan terhadap masing-masing hipotets sebagai berikut:

1. Pengaruh Syariah Marketing (X_1), Orientasi Kewirausahaan (X_2), Inovasi Produk (X_3) dan Kompetensi Kewirausahaan (X_4) terhadap Kinerja UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan Solo

Dari hasil output SPSS Syariah Marketing (X_1), Orientasi Kewirausahaan (X_2), Inovasi Produk (X_3) dan Kompetensi Kewirausahaan (X_4) terhadap Kinerja UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan Solo. Dilihat dari F_{hitung} dan F_{tabel} , $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu ($13,532 > 2,72$) dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,000. Dari analisis regresi diatas dapat disimpulkan bahwa Syariah Marketing, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan Solo.

Hasil ini mengisyaratkan bahwa syariah marketing, orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan kompetensi kewirausahaan adalah faktor yang berfungsi penting dalam menetapkan tinggi rendahnya peningkatan kinerja UMKM batik di Kampung Batik Laweyan Solo. Semakin tinggi pemilik usaha memiliki sifat orientasi kewirausahaan dapat memicu kinerja UMKM batik semakin meningkat. Akan tetapi seorang pemilik usaha memiliki sifat orientasi yang rendah maka akan mengakibatkan kinerja UMKM batik tersebut semakin menurun. Semakin baik orientasi kewirausahaan yang dipunyai oleh pengusaha batik, seperti sikap perilaku inovasi, perilaku proaktif, daya saing yang

agresif, otonomi dan berani pengambilan resiko, maka pencapaian kerja UMKM akan semakin baik. Hasil dari analisis ini menerima hipotesis H_1 bahwa Syariah Marketing, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh secara simlutan terhadap Kinerja UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan Solo.

Hasil penelitian ini mengangkat temuan empiris yang dilakukan oleh Novi Hari Santhi dan Yuniar Affandi (2020)¹, Anugrahini Ira Wati dan Miftakhul Jannah (2020)², dan Anthoniur J dan Pupita Nia (2020).³ yang mengemukakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM.⁴ Dan penelitian iji juga serarah dengan penilitian yang dilakukan oleh Kholid Murtadlo dan Hanan (2018)⁵ yang mengemukakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara Kompetensi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Batik di Kampung Laweyan Solo

Pengaruh positif dan signifikan menggambarkan bahwa semakin tinggi seorang pengusaha menerapkan Syariah Marketing, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Kompetensi Kewirausahaan yang dilakukan maka Kinerja UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan akan semakin baik pula, dan sebaliknya jika dalam penerapan syariah marketing, orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan kompetensi kewirausahaan akan semakin buruk maka akan mempengaruhi Kinerja UMKM Batik di Kampung Laweyan Solo.

¹ Santhi and Affandi, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah UKM (Studi Kasus Pada UKM Tenun Di Kecamatan Pringgasela Kabupaten Lombok)."

² Jannah, Irawati, and Purnomo, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Batik Gedog Khas Tuban."

³ Huda, Karsudjono, and Maharani, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah Dengan Variabel Intervening Keunggulan Bersaing (Studi Pada UKM Di Banjarmasin)."

⁴ Santhi and Affandi, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah UKM (Studi Kasus Pada UKM Tenun Di Kecamatan Pringgasela Kabupaten Lombok)."

⁵ Murtadhlo and Hanan, "Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Kompetensi Sumber Daya Manusia, Dan Supply Chain Management Terhadap Kinerja UKM Dan Keunggulan Bersaing."

2. *Syariah Marketing* terhadap Kineja UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 25 menunjukkan bahwa *Syariah Marketing* berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} ($2,586 > 1,989$) dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,011. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti *syariah marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM.

Dari uraian di atas Hal ini didukung oleh teori *syariah marketing* menurut Philip Kotler dalam buku hermawan kertajaya dan muhamma syakir syula mengemukakan bahwa suatu ilmu bisnis strategi yang menunjukkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholdernya dalam semua prosesnya sesuai dengan prinsip dan akad muamalah dalam Islam.⁶

Syariah marketing dibangun pada UMKM Batik Laweyan Solo dalam memasarkan produknya memiliki empat dimensi, antara lain: (1) teitis (*rabbaniyyah*) merupakan agama (*diniyyah*). Keadaan ini bukanlah tercipta namun suatu paksaan yang bersumber dari pemahaman tentang nilai-nilai agama yang dianggap penting dalam dalam memasarkan produk, sehingga tidak ada keinginan untuk merugikan orang lain, misalnya memasarkan produknya tanpa ada penipuanatau ingkar janji; (2) etis (*akhlakiyyah*) yang mengutamakan probem tentang moral dan etika dalam segala perspektif kegiatan bisnia melalui perilaku dan sikap yang santun, dan bersikap rendah hati dalam memasarkan produknya; (3) realistis (*al-waqi'iyah*) dimana *syariah marketing* merupakan konsep pemasaran yang fleksibel sehingga dalam memasarkan produknya dengan cara professional, berpenampilan bersih, rapi, serta bersahaja, dan (4) humanistic (*insaniyyah*) dalam memasarkan produknya seorang pengusaha tidak membedakan status, semua

⁶ Sari and Indriyani, "Pengaruh *Syariah Marketing*, Kualitas Pelayanan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Asuransi Jiwa *Syariah* Bumiputera Cabang Bandar Lampung."

pengusaha bersedia membantu konsumen ketika menghadapi kesulitan.⁷

Berdasarkan data hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa syariah marketing yang diterapkan oleh UMKM Batik Laweyan Solo semua indikator digunakan dalam memasarkan produknya meliputi teitis, etis, realistis serta humanistis. UMKM Batik Laweyan Solo sangat mencerminkan prinsip-prinsip marketing syariah dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkat kinerja UMKM dengan tidak ada saling merugikan antara pengusaha dengan konsumen.

3. Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada pengusaha batik di Kampung Batik Laweyan Solo menunjukan bahwa Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja umkm Batik. Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} ($3,975 > 1,989$) dengan α dibawah 0,05 yaitun 0,000 sehingga dapat di Tarik kesimpulan bahwa H_2 diterima yang berarti variabel Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja UMKM Batik.

Hal ini sesuai dengan teori Jaworski (2009), orientasi kewirausahaan adalah kebiasaan yang dimiliki UMKM yang dapat meningkat kinerja UMKM. Orientasi kewirausahaan dijadikan sebagai kebiasaan suatu umkm yang paling efektif dan efisien. Untuk mewujudkan perilaku yang diperlukan untuk membuat *superior value* bagi konsumen dan menghasilkan *superior performance* bagi UMKM. UMKM yang menjadikan orientasi kewirausahaan sebagai budaya organisasi yang berdasar pada kebutuhan dasar eksternal, keinginan dan permintaan pasar sebagai penyusun strategi dan menentukan keberhasilan UMKM. UMKM yang pimpinnya berorientasi kewirausahaan memiliki visi yang jelas dan berani mengambil resiko maka akan menciptakan kinerja UMKM dengan baik.⁸

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Elvina menunjukan bahwa orientasi kewirausahaan yang

⁷ Rahmawaty and Rokhman, "The Role of Syariah Marketing in Increasing Customer Loyalty (An Empirical Study of BMT in Kudus Regency)."

⁸ Samsul Haji, Rois Arifin, and Muhammad Khoirl ABS, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Cengkeh Di Bawean," *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 6, no. 2 (2017).

mencakup dari inovasi, proaktif, daya saing yang agresif, otonomi serta berani mengambil resiko diperlukan akan meningkatkan pronanilitas serta pertumbuhan maupun UMKM Batik. Dengan kata lain tanpa adanya inovasi, proatif, daya yang agresif, otonomi dan berani mengambil resiko dari seorang pemilik usaha dapat berakibat terhadap penyusutan kinerja UMKM. Oleh sebab itu orientasi kewirausahaan mempunyai akibat terhadap kinerja maupun pertumbuhan UMKM.⁹ Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kevin dan Ida Puspitowati (2020) yang mengungkapkann bahwa terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan Solo.¹⁰

Temuan Berdasarkan data hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan ialah faktor yang berperan penting dalam memperbaiki tinggi rendahnya peningkatan kinerja UMKM Batik di Laweyan Solo. Semakin tinggi orientasi kewirausahaan yang di miliki oleh pengusaha UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan akan mendorong tingginyas kinerja UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan Solo. Dan sebaliknya jika orientasi kewirausahaan yang dimiliki pengusaha UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan rendah maka kinerja UMKM Batik di Laweyan solo juga akan mengalami penurunan. Dari data kuesioner dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh pemilik UMKM Batik Laweyan Solo dipersepsikan cukup baik. Maka dari itu untuk meningkatkan kinerja UMKM Batik hal yang sangat diamati yaitu, inovasi, proaktif, berani mengambil resiko, otonomi, serta daya saing yang agresif.

Selain itu pada prinsipnya dalam mencari rezeki itu harus berusaha dan berikhtiar. Dengan pertumbuhan bisnis yang diharuskan untuk dinaikan yaitu harus memiliki keahlian, kreativitas, dan inovatif dalam menciptakan produk baru sehingga dapat bersaing dengan UMKM lainnya. Untuk menjadi pengusaha UMKM muslim maka dituntut juga untuk berani dalam mengambil resiko. Karena setiap UMKM tidaklah selalu berjalan mulus pasti akan mengalami kendala

⁹ Elvina, “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM.”

¹⁰ Kevin and Puspitowati, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM.”

dalam menuju kesuksesan dalam berbisnis. Maka dari itu dalam berbisnis jangan semata-mata untuk mencari kekayaan di duniawi saja namun harus diimbangi dengan cara berbisnis yang sesuai dengan agama Islam.

4. Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan

Terlihat bahwa t_{hitung} untuk variabel Inovasi Produk diketahui nilai $t_{hitung} 3,076 > 1,989$ dan tingkat signifikansi $0,03 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima yang berarti terdapat pengaruh inovas produk terhadap kinerja UMKM.

Dalam teori *Drucker* (1998) merupakan “salah satu elemen dasar yang membuat UMKM sukses dalam bersaing ialah strategi inovasi yang sangat tepat. Inovasi tersebut mestinya dilaksanakan harus berfokus supaya tidak membuat kosumen bingung sehingga dapat menciptakan *new market*.”¹¹

Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulianti Prihatiningrum dan Gusti Rina Fariany (2020) menyarankan bahwa keahlian UMKM untuk yang mengharuskan pemilik Usaha harus berinovasi terhadap barangnya dan menjaga kualitas barang tersebut supaya tetap sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kinerja UMKM dapat meningkat karena adanya inovasi produk.¹²

Penelitian ini juga menjunjung penelitian oleh Khoirun Nisa dan Muhammad Ziyad (2019) yang mengemukakan bahwa inovasi produk yaitu hasil yang berawal dari pengembangan barang baru oleh suatu UMKM, baik barang yang sudah ada maupun belum ada sebelumnya. Produk lama akan membuat bosan dipasaran, sehingga perlu diadakannya inovasi produk untuk memperbarui produk yang lama. Sehingga dapat produk akan terus meningkat sesuai dengan keinginan pelanggan dalam keputusan pembelian produk tersebut.¹³

¹¹ Heliana, Farida, and Prabawani, “Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk Sebagai Variabel Antara (Studi Kasus Pada IKM Batik Di Kampung Batik Laweyan Solo).”

¹² Yulianti Prihatiningrum and Gusti Rina Fariany, “Peran Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk Dan Kinerja Pemasaran Pada UMKM Tanggui Di Lingkungan Lahan Basah,” *Jurnal Wawasan Manajemen* 8, no. 3 (2020).

¹³ Nisa and Muhammad Ziyad, “Pengaruh Motivasi Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha (Studi Pada Komunitas Sahabat Mu’amalah).”

Berdasarkan data hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa semakin baik UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan dalam melakukan inovasi produk yang ditunjukkan oleh packing desain produk, penambahan motif produk, control kualitas, standar kualitas, dan pengembangan kualitas maka akan meningkatkan kinerja UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan, begitupun sebaliknya jika UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan tidak dapat melakukan inovasi produk maka kinerja UMKM di Kampung Batik Laweyan akan menurun.

Dalam QS. Ali-Imran ayat 90 menjelaskan bahwa kita Allah SWT menciptakan akal, maka dari itu pengusaha UMKM harus selalu melakukan inovasi terhadap produknya supaya dapat bersaing dengan pelaku UMKM lainnya. Dalam melakukan usaha harus memiliki sifat inovatif agar setiap usaha yang kita lakukan memperoleh keuntungan baik dari sisi kemanusiaan maupun dari sisi Allah SWT.

5. **Kompetensi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Batik di Kampung Batik Laweyan**

Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa variabel kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Dimana kompetensi kewirausahaan ini terdiri dari beberapa indikator yaitu kompetensi strategi, kompetensi peluang, kompetensi hubungan, kompetensi konseptual, kompetensi keorganisasian, dan kompetensi komitmen. Secara statistic dapat berpengaruh terhadap kinerja UMKM karena t_{hitung} kompetensi kewirausahaan lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,785 > 1,989$) dengan α dibawa 5% (0.05) yaitu 0,007.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Sanchez (2012) dalam mendefinisikan kompetensi kewirausahaan merupakan karakteristik untuk meningkatkan kinerja UMKM dan pengusaha dapat mengembangkan kompetensinya dengan mengikuti pelatihan.¹⁴ Man dan Lau (2000) dalam Nuraini Hashimu dkk (2020) kompetensi kewirausahaan mengidentifikasi enam indikator, yaitu:

¹⁴ Pranowo et al., "The Entrepreneurial Competency, Innovation Capability, and Business Success: The Case of Footwear Industry in Indonesia."

kompetensi strategi, hubungan, pengorganisasian, komitmen serta konseptual.¹⁵

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kholid Murtadhlo dan Hanan (2018) menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan, jika koefisien berpengaruh positif maka semakin positif nilai kewirausahaan akan bertampak positif terhadap Kinerja UMKM. Dan semakin bagus kompetensi kewirausahaan maka semakin baik pula kinerja UMKM.¹⁶ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Misriah Ariyani dan Muhammad Fauzan (2020) juga menunjukkan kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM.¹⁷

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, apabila dapat diketahui bahwa kompetensi kewirausahaan pada UMKM Batik Laweyan Solo berada pada kategori tinggi. Dari hasil penyebaran kuesioner di Kampung Batik Laweyan pada saat penelitian. Sebagaimana temuan yang dilakukan oleh peneliti dilapangan mayoritas pemilik UMKM Batik mempunyai keahlian dalam mengatur UMKMnya dengan baik karena mereka sudah memiliki pengalaman dalam menjalankan usahanya dalam waktu yang cukup lama. Kompetensi kewirausahaan juga merupakan faktor yang menjadi keberhasilan UMKM Batik di Laweyan untuk mencapai kinerja UMKM yang tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa pengusaha UMKM Batik Laweyan yang mempunyai kompetensi kewirausahaan tinggi maka dapat meningkatkan kinerja UMKM Batiknya. Dan sebaliknya jika pemilik UMKM Batik Laweyan memiliko kompetensi kewirausahaan yang rendah maka kinerja UMKM Batik di Laweyan akan menurun.

Seperti hal nya yang dilakukan oleh Rasullah SAW dan masyarat muslim di masa beliau dalam mendirikan usaha selalu memperhatikan manajemen Islam. Bahwa Rasulullah

¹⁵ Salaudeen and Kofar-sauri, "Modelling the Influence of Culture on Entrepreneurial Competencies and Business Success of Women Micro-Entrepreneurs in the Informal Sector of the Economy."

¹⁶ Murtadhlo and Hanan, "Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Kompetensi Sumber Daya Manusia, Dan Supply Chain Management Terhadap Kinerja UKM Dan Keunggulan Bersaing."

¹⁷ Ariyani and Fauzan, "Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Binaan Dinas Perdagangan, Koperasi Dan UKM Kota Cirebon."

bener-bener teliti dalam menempatkan seseorang dapat dilihat dari mampu atau tidaknya seseorang itu dalam menyelesaikan suatu amanah yang diberikan dalam bidang manajemen. Dalam Islam segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, tertib, benar serta teratur. Dan segala prosesnya harus diikuti dengan baik dan tidak boleh asal-asalah dalam melakukan pekerjaan.

