

BAB I

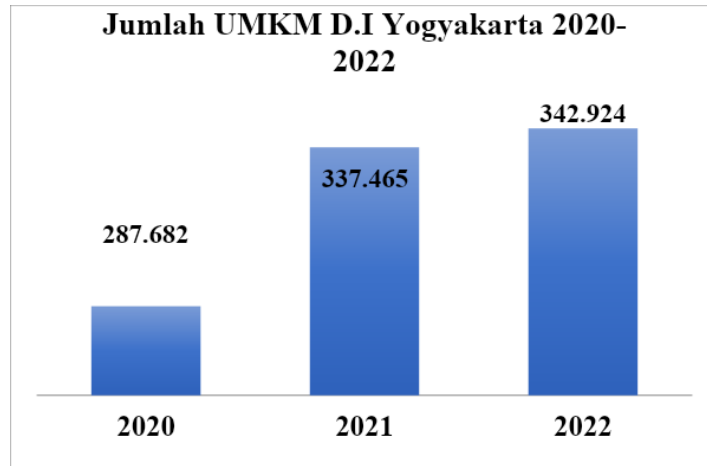
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Salah satu provinsi yang berada di pulau jawa yang terkenal sektor pariwisatanya adalah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang memiliki wilayah terkecil kedua setelah DKI Jakarta. D.I Yogyakarta memiliki wilayah yang terdiri dari Sleman, Bantul, dan Kulon Progo, Gunung Kidul, serta memiliki satu kota, yaitu Kota Yogyakarta. Dalam hal luas wilayah, Kabupaten Gunung kidul merupakan yang terluas dengan mencakup sekitar 45,69% dari seluruh wilayah DIY, sementara Kota Yogyakarta adalah yang terkecil, hanya sekitar 1,04%.

Daerah Istimewa Yogyakarta, sering kali disingkat sebagai DIY, adalah destinasi yang sangat istimewa di Indonesia. Provinsi ini menonjol sebagai pusat budaya, pendidikan, dan kreativitas. D.I Yogyakarta bukan hanya tentang pendidikan melainkan tempat di mana alam, sejarah, dan kebudayaan berkumpul dengan indah. Yang membuat DI Yogyakarta begitu istimewa adalah keragaman objek wisata yang ditawarkannya. Wisata alam di Gunungkidul menawarkan keindahan pantai, gua, dan pemandangan alam yang menakjubkan. Wisata sejarah dan budaya dapat ditemukan di berbagai candi, istana, dan museum di seluruh wilayah. DIY juga dikenal karena kuliner lezatnya, dengan berbagai hidangan khas daerah.

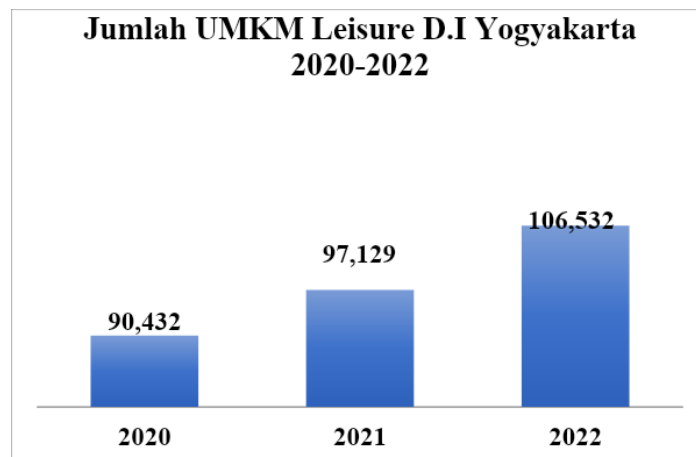
D.I Yogyakarta juga merupakan tempat bagi banyak UMKM yang berkembang pesat. UMKM ini mencerminkan karakteristik informal, seringkali dijalankan oleh kelompok masyarakat, keluarga, atau individu dengan usaha yang relatif kecil. Meskipun mereka mungkin tidak memiliki status badan hukum resmi, UMKM dapat memberikan kontribusi terhadap ekonomi D.I Yogyakarta.



Gambar 1. 1 Jumlah UMKM D.I Yogyakarta

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM DIY, 2023

Pada data Gambar 1.1 dengan jumlah UMKM D.I Yogyakarta yang semakin meningkat menciptakan lapangan kerja dan menghasilkan pendapatan yang berdampak baik pada kualitas hidup masyarakat setempat. Industri kreatif juga berkembang pesat di D.I Yogyakarta. Produk-produk industri kreatif, seperti oleh-oleh khas daerah, memiliki daya tarik yang menarik bagi pengunjung dari segala penjuru. D.I Yogyakarta bukan hanya destinasi pariwisata yang menarik, tetapi juga pusat ekonomi kreatif yang terus berkembang.



Gambar 1. 2 Jumlah UMKM Leisure D.I Yogyakarta

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM DIY, 2023

Gambar 1.2 merupakan data jumlah UMKM *leisure* yang tercatat pada sibakul Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki peran penting dalam perekonomian daerah. Menyerap banyak tenaga kerja, meningkatkan pendapatan

daerah, dan juga berperan dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan menyediakan berbagai fasilitas dan layanan *leisure* yang terjangkau. UMKM *leisure* Daerah Istimewa Yogyakarta mencakup tempat wisata, tempat hiburan, tempat rekreasi, tempat kuliner, dan tempat belanja. Semua ini menjadikan D.I Yogyakarta sebagai destinasi wisata yang sangat istimewa di Indonesia, yang menawarkan pengalaman yang tak terlupakan kepada semua pengunjungnya.

1.2 Latar Belakang

UMKM terkenal di seluruh dunia karena kontribusi signifikan mereka terhadap pertumbuhan lapangan kerja, promosi ekspor, dan kewirausahaan (Esubalew & Raghurama, 2020). UMKM memainkan peran kunci dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia dan menjadi penopang utama terutama bagi masyarakat. UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap ekonomi Indonesia dan ASEAN, salah satu ciri dari UMKM adalah ketahanannya dalam menghadapi situasi kritis dan berhasil bertahan dari guncangan ekonomi, bahkan menyelamatkan ekonomi Indonesia selama krisis keuangan tahun 1997 dan 2008 (Tricahyono & Purnamasari, 2018).



Gambar 1. 3 Peran UMKM Indonesia

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM, 2023

Pada gambar 1.3 menjelaskan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia adalah UMKM. Perannya terhadap PDB nasional mencapai 60,5%, dan penyerapan tenaga kerja nasional lebih dari 90%. Sebagian besar UMKM di Indonesia adalah bisnis rumahan yang memiliki kemampuan untuk mempekerjakan banyak orang.

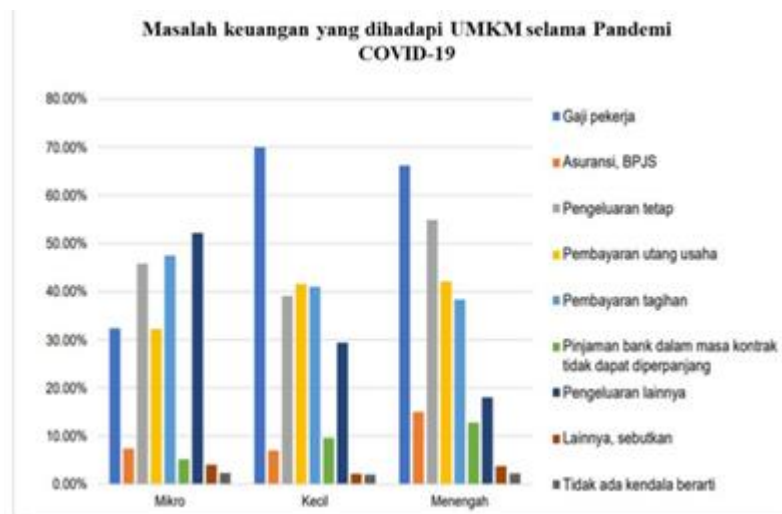
Namun terjadi guncangan pada UMKM Indonesia dikarenakan munculnya sebuah virus pada awal tahun 2020, *World Health Organization* (WHO), lembaga kesehatan terbesar di dunia, telah menetapkan virus yang dikenal sebagai COVID-19 sebagai pandemi global (Wahyudi & Ilham, 2021). Virus corona atau COVID-19 pertama kali muncul di Wuhan, China pada akhir 2019, ketika kasus ini ditemukan di Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020, hal ini menyebabkan kekacauan dan dampak besar di banyak aspek (Isyuardhana, 2021). Kondisi ini memburuk ketika pandemi COVID-19 muncul membuat ekonomi tidak stabil, krisis keuangan yang disebabkan oleh pandemi ini juga mempengaruhi perkembangan dan pertumbuhan UMKM di Indonesia (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2021).

Pandemi berdampak signifikan terhadap koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah kebijakan pemerintah mengenai larangan bepergian dan jaga jarak fisik semakin mempengaruhi permintaan pelanggan (Rismayani et al., 2024). Menurut data dari Asosiasi BDS Indonesia (2020), 55,2% UMKM mengalami penurunan penjualan, 4,5% UMKM tidak mengalami pertumbuhan, 36,7% UMKM tidak memiliki penjualan selama pandemi, dan hanya sebagian kecil UMKM yang melihat peningkatan selama pandemi, yaitu 3,6%. Survei data dari Bank Indonesia juga melaporkan bahwa pandemi COVID-19 telah menyebabkan kinerja UMKM menurun tajam. Seiring dengan memburuknya kinerja UMKM selama pandemi, data kredit UMKM juga mengalami pertumbuhan negatif sebesar minus 1,18%. Namun, UMKM mengalami peningkatan pada tahun 2021, meskipun tidak terlalu besar, dan hanya sebesar 0,4% dibandingkan dengan pertumbuhan kredit sebelum pandemi COVID-19 (Databoks, 2021).

Pandemi COVID-19 mengganggu kestabilan ekonomi, termasuk kestabilan UMKM. Sebagian besar pelaku usaha UMKM mengalami penurunan pendapatan

atau bahkan bangkrut (Sugiarti et al., 2020). Menurut pemaparan data yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik, UMKM di Indonesia mengalami penurunan jumlah sebesar 5,7% pada tahun 2020 menjadi 61,8 juta unit. Penurunan ini berdampak untuk Indonesia yang dikuasai oleh UMKM sebagai penyokong perekonomian nasional (Arianto, 2020). Situasi ini terjadi karena selama pandemi COVID-19, pemerintah harus menerapkan kebijakan pembatasan sosial berskala besar untuk mengurangi tingkat transmisi virus COVID-19. Kebijakan pembatasan ini menyebabkan penurunan pendapatan sebesar 84,20% untuk UMKM (CNBC Indonesia, 2022).

Dampak COVID-19 terhadap UMKM menjelaskan bahwa UMKM mengalami kegagalan finansial yang serius karena COVID-19 sesuai data di bawah. Pandemi ini menimbulkan ancaman nyata terhadap perubahan dalam aktivitas produksi, konsumsi publik, dan kepercayaan konsumen terhadap UMKM. Oleh karena itu, pelaku UMKM mengambil langkah-langkah inovasi dan digitalisasi untuk bertahan dalam situasi ini (Kriseka et al., 2023).

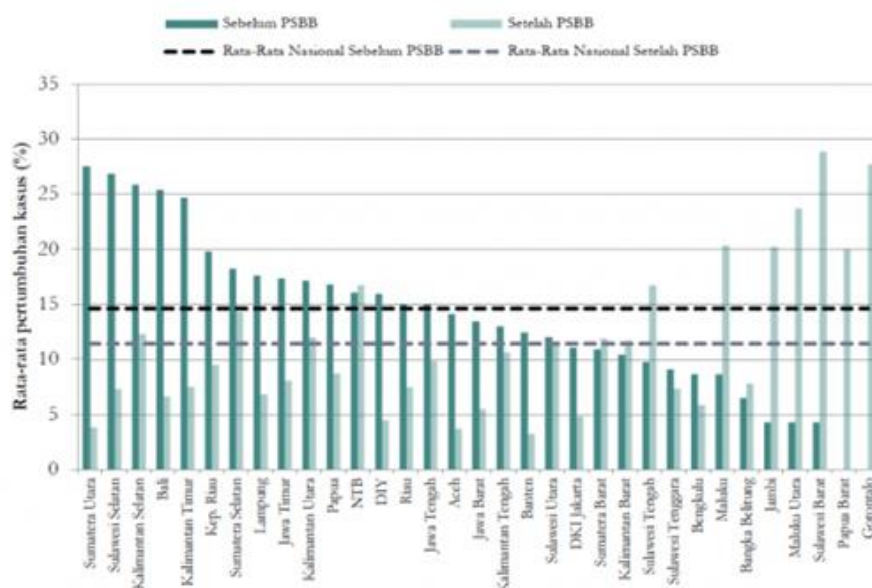


Gambar 1. 4 Masalah Keuangan UMKM Selama Pandemi

Sumber: Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2023

Pada gambar 1.4 Penyebab masalah keuangan yang ditemui pada UMKM selama COVID-19 adalah keterbatasan kekuatan dan fleksibilitas dari UMKM untuk menghadapi situasi pandemi, termasuk rendahnya digitalisasi, kesulitan akses terhadap teknologi, serta kurang pemahamannya mengenai strategi bertahan

dalam perkembangan bisnis. (Dasuki & Saragih, 2020). Dalam menghadapi masalah yang disebabkan oleh pandemi, transformasi digital menjadi isu strategis bagi koperasi dan UKM untuk beradaptasi dan menerapkannya (Rismayani et al., 2024). Banyak UMKM mengalami kegagalan dan tidak mengalami pertumbuhan karena masalah yang sudah ada sebelumnya seperti sedikit atau tidak ada peningkatan dalam pengetahuan pasar, kurangnya keterampilan teknis dan manajemen bisnis, kurangnya perencanaan formal dan ramalan permintaan, serta sumber daya yang terbatas. Oleh karena itu, ini membuat UMKM sangat rentan terhadap peristiwa kerangka internal dan eksternal (Eggers, 2020).

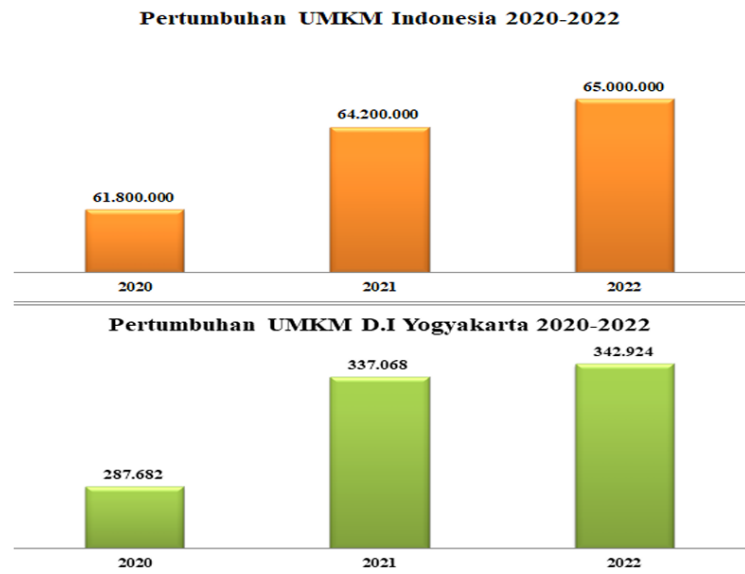


Gambar 1. 5 Tingkat Pertumbuhan Covid-19 Setiap Provinsi

Sumber: Yazid dan Palani, 2020

Pada gambar 1.5 D.I Yogyakarta satu dari sekian provinsi yang ikut merasakan dampak COVID-19. Pembatasan operasional layanan pariwisata di D.I Yogyakarta secara langsung mempengaruhi sektor pariwisata di daerah ini, yang merupakan salah satu tujuan favorit wisata di Indonesia (Pangribowo, 2021). Situasi ini diperparah ketika D.I Yogyakarta dinyatakan sebagai zona PSBB, yang mengakibatkan larangan tegas terhadap semua kegiatan pariwisata sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/MENKES/259/2020 (Kusuma et al., 2021). D.I Yogyakarta yang merupakan provinsi dengan destinasi

pariwisata favorit yang berada di Indonesia ini mengalami kerugian mencapai Rp10 triliun (Pangaribowo, 2021). Sektor pariwisata terganggu karena ketergantungan pada mobilitas masyarakat. Pembatasan mobilitas sosial yang diberlakukan berdampak terhadap kunjungan wisatawan dan tingkat okupansi hotel pada D.I Yogyakarta, yang selama periode pembatasan cenderung berada di bawah 10% (Pangaribowo, 2021).



Gambar 1. 6 Perbandingan UMKM Indonesia & D.I Yogyakarta

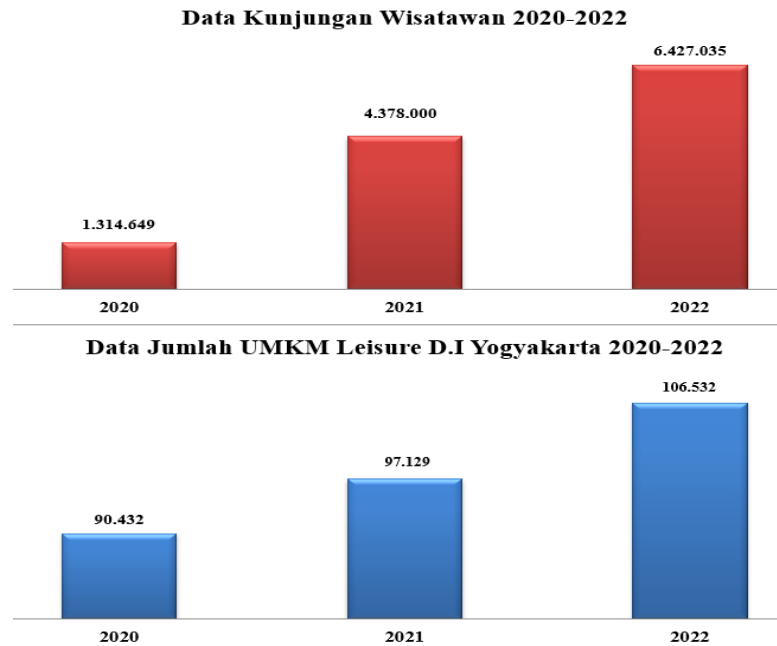
Sumber: Kementerian Investasi/BKPM, 2023

Gambar 1.6 memaparkan pada tahun 2020 UMKM mengalami penurunan akibat dampak pandemi COVID-19, bukan hanya D.I Yogyakarta saja melainkan juga terlihat pada UMKM nasional. Namun setelah dinamika pandemi COVID-19 yang merugikan banyak sektor data menunjukkan pertumbuhan UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta setelah melewati masa pandemi COVID-19. Menurut data Sibakul jogja tahun 2022, terdapat 342.924 unit. Meskipun demikian, jika dibanding dengan total UMKM di seluruh Indonesia, angka ini hanya dapat menyumbangkan sekitar 0,52% dari keseluruhan jumlah UMKM terhadap total UMKM di Indonesia (Kementerian Investasi/BKM, 2023). UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta sesuai data yang bersumber oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY tahun 2021 sekitar 57,2% setelah pemulihan dari COVID-19 mengandalkan sektor pariwisata sebagai faktor pendorongnya.

Selama periode COVID-19, kegiatan *leisure* merasakan dampaknya dikarenakan pembatasan kegiatan diterapkan oleh pemerintah. *Leisure* merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang dalam mengisi waktu luangnya sehingga dapat merasakan kepuasan dan mengeksplorasi identitas dirinya (Wahyuni et al., 2020). Kegiatan *leisure* yang merasakan dampak dari COVID-19 mengganggu pula usaha-usaha yang berada di dalamnya yaitu UMKM industri *leisure*.

Menurut Gancarczyk (2020) Industri *leisure* merupakan industri yang dinamis dan terus berkembang yang dapat berkontribusi dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi, pembangunan, serta penciptaan lapangan kerja. Industri ini dapat berperan sebagai instrumen dalam pengembangan lokal dan regional dan revitalisasi ekonomi baik di kota-kota maupun di daerah-daerah serta dalam pengembangan daerah-daerah pinggiran (misalnya, daerah pedesaan). Industri ini membentuk bagian signifikan dari ekonomi yang secara kuat mempengaruhi bidang produksi, infrastruktur, atau peralatan.

Industri *leisure* mengalami dampak COVID-19 paling berat, karena industri ini dikatakan industri yang paling rentan bukan hanya di beberapa negara melainkan di seluruh dunia (Wut et al., 2021). Industri *leisure* memainkan peran penting dalam aktivitas ekonomi dan kepuasan pelanggan, tetapi juga telah menjadi industri yang paling rentan (Ma et al., 2020). Industri *leisure* menyediakan layanan dan produk kepada konsumen (baik bisnis, keluarga, atau individu, dalam negeri atau luar negeri) untuk memenuhi permintaan akan kesempatan, pengalaman, dan fasilitas waktu luang, khususnya dalam bidang olahraga, budaya, rekreasi, hiburan, makan dan minum, kegiatan siang dan malam, dan akomodasi (Gancarczyk, 2020)



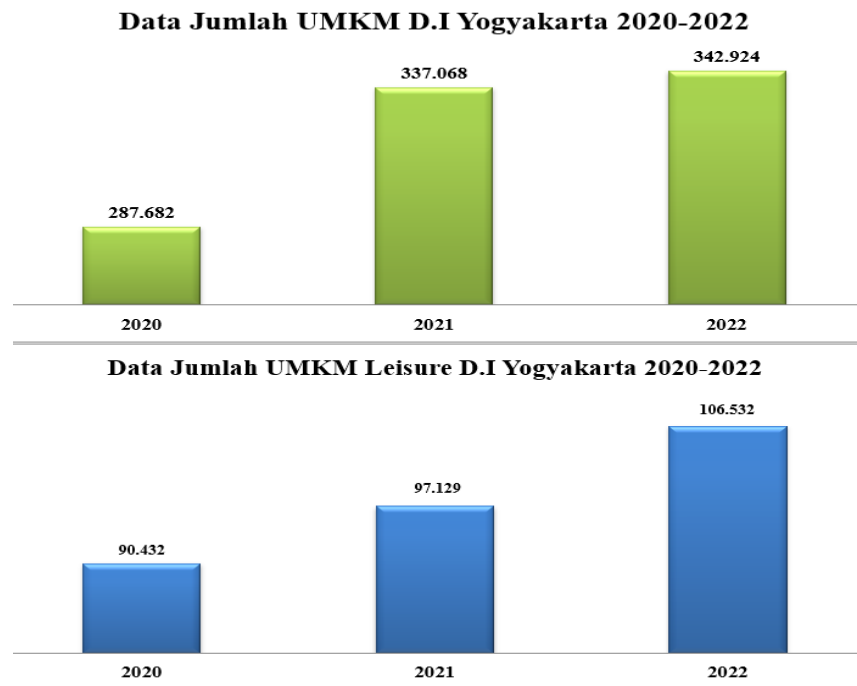
**Gambar 1. 7 Data Perbandingan Kunjungan Wisata & Jumlah UMKM
*Leisure***

*Sumber: DinkopUKM D.I Yogyakarta, 2023 & Dinas Pariwisata D.I
Yogyakarta, 2023*

Gambar 1.7 menggambarkan kondisi UMKM *leisure* di Yogyakarta setelah melewati masa pandemi COVID-19, menunjukkan tren kenaikan dibandingkan kunjungan wisata sebelum pandemi COVID-19. Data kunjungan wisata menunjukkan perkembangan yang baik selama periode 2020 hingga 2022. Pada tahun 2020, jumlah kunjungan mencapai 1.314.649, yang kemudian mengalami lonjakan pada tahun 2021 menjadi 4.378.000, mencatat peningkatan yang besar setelah berlalunya pandemi COVID-19. Meskipun tetap tinggi, pertumbuhan tersebut melambat pada tahun 2022, mencapai 6.427.000 dari tahun sebelumnya.

Namun dilihat dari tingkat penghunian kamar yang diterbitkan oleh BPS (2023) hotel bintang bulan Desember 2022 berada pada angka 72,87% dan hotel non bintang sebesar 29,47%. Memberikan gambaran semakin membaiknya pariwisata pada D.I Yogyakarta. Di sisi lain, data mengenai UMKM yang bergerak pada industri *leisure* menunjukkan tren yang sama. Pada tahun 2020, terdapat 90.432 UMKM *leisure*, jumlah tersebut mengalami kenaikan pada tahun 2021

menjadi 97.129 dimana angka mencatatkan kenaikan Kenaikan jumlah UMKM *leisure* terus berlanjut pada tahun 2022, mencapai 106.532.



Gambar 1. 8 Perbandingan data UMKM DIY & UMKM *Leisure* DIY

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM DIY, 2023

Gambar 1.8 menurut data yang dikeluarkan oleh Dinas Koperasi dan UKM DIY tahun 2023 menunjukkan perbandingan data antara keseluruhan UMKM yang ada di D.I Yogyakarta dan UMKM *leisure* yang berada di D.I Yogyakarta. Data diatas menunjukkan kenaikan jumlah UMKM D.I Yogyakarta, pertumbuhan UMKM secara keseluruhan D.I Yogyakarta mencapai peningkatan jumlah 49.386 dari tahun 2020 ke 2022. Disisi lain terjadi kenaikan pada UMKM industri *leisure*, dikarenakan mulai pulihnya pariwisata D.I Yogyakarta. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM D.I Yogyakarta tahun 2023, terdapat 342.924 UMKM D.I Yogyakarta pada tahun 2022. Dari jumlah tersebut, 106.532 merupakan UMKM yang bergerak pada industri *leisure*, atau sekitar 32,8% termasuk dalam kategori industri *leisure* setelah melewati masa pandemi COVID-19.

Meskipun UMKM di D.I Yogyakarta mengalami tren pemulihan yang baik setelah pandemi COVID-19, tantangan pada UMKM tidak berhenti di situ. Dengan pertumbuhan UMKM yang cepat, terutama di industri *leisure*, terjadi peningkatan

persaingan yang sengit di antara pelaku usaha di industri yang sama. Seperti yang disampaikan oleh Hendra Setiawan (2021) bahwa KPPU mencatat indeks persaingan D.I Yogyakarta menempati posisi nomor dua nasional dengan skor indeks 5,39 dibawah DKI Jakarta yang menempati posisi pertama dengan skor indeks 5,41. Berlandas dari fenomena tersebut dampak dari peningkatan jumlah UMKM adalah adanya tekanan kompetitif yang semakin tinggi.

Para pelaku UMKM, terutama di industri *leisure* harus berjuang keras untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Namun, banyak dari mereka menghadapi kendala dalam menerapkan strategi bisnis yang efektif. Keterbatasan pengetahuan tentang manajemen, pemasaran, dan inovasi bisnis seringkali menjadi hambatan utama dalam bersaing secara efektif. Cara yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan kesesuaian atau pencocokan antara faktor eksternal dengan faktor internal perusahaan untuk merumuskan strategi bersaing perusahaan (Pasaribu et al., 2022). UMKM *leisure* harus mampu beradaptasi dengan perubahan preferensi dan harapan wisatawan, sambil menjaga keunikan dan keaslian pengalaman lokal yang mereka tawarkan.

Dalam menghadapi kompleksitas yang terjadi pada UMKM. Pelaku bisnis mengalami kesulitan pada saat pemilihan strategi bisnis yang cocok untuk digunakan bahkan tidak sedikit pelaku bisnis mengalami kesalahan dalam pemilihan strategi bisnis yang sesuai (Farida & Setiawan, 2022). Sehingga menyebabkan kegagalan dalam menghadapi perubahan serta persaingan yang terjadi. Hal tersebut tentu saja tidak diinginkan terutama oleh pelaku bisnis, untuk dapat mengatasi hal tersebut perlu dilakukan langkah penyesuaian dan pemetaan strategi bisnis yang dibutuhkan, sehingga dapat mengatasi dan meminimalisir kemungkinan terburuk yang akan terjadi (Saputri, 2019).

Pelaku UMKM *leisure* di D.I Yogyakarta dihadapkan pada kebutuhan untuk mengenali dan menerapkan strategi yang tepat yang disesuaikan dengan kondisi dan waktu yang sesuai. Kurangnya pengetahuan di kalangan pelaku UMKM sering menyebabkan kesalahan dalam implementasi strategi yang mengakibatkan daya saing yang rendah, tanpa dukungan strategi yang efektif, UMKM akan mengalami kesulitan bertahan dalam tingginya persaingan yang terjadi (Farida & Setiawan,

2022). Exposito dan Sanchis- Llopis (2018) menyatakan bahwa kinerja bisnis yang baik bergantung pada bagaimana inovasi berkontribusi terhadap peningkatan nilai dari suatu organisasi.

Swamidass dan Newel dalam Latifah et al. (2020) mengemukakan bahwa kinerja perusahaan dipengaruhi strategi bisnis dan perusahaan yang memiliki kinerja yang tinggi memiliki strategi yang jelas. Kinerja merupakan faktor penting untuk mengetahui strategi yang digunakan apakah sudah tepat atau perlu dilakukan evaluasi ulang. Pramitha (2023) mengatakan lebih dari 98% usaha di Yogyakarta terdiri dari UMKM. Namun, para pelaku UMKM ini menghadapi tantangan terkait Sumber Daya Manusia (SDM), sehingga peningkatan kompetensi menjadi hal yang penting. SDM mempengaruhi kinerja usaha, kinerja yang baik merupakan indikator krusial keberhasilan sebuah perusahaan karena kinerja yang baik akan membantu menjaga posisi UMKM dan keunggulan kompetitifnya (Guo et al., 2019).

Persaingan ketat di era global ini menuntut agar UMKM meningkatkan daya saing mereka dengan memberikan nilai tambah kepada pelanggan. Inovasi adalah hal yang sangat penting bagi usaha. Georgellis et al. dalam Latifah et al. (2020) Inovasi adalah kunci bagi bisnis yang berkelanjutan bagi UMKM. Pemilik UMKM perlu mengambil risiko bisnis untuk berinovasi demi keunggulan kompetitif yang lebih baik. UMKM di Yogyakarta

Kemampuan berinovasi memiliki pengaruh terhadap kualitas produk dalam proses meningkatkan daya saing mereka terhadap kompetitor. Pelayanan yang menawarkan produk berkualitas tinggi, harga bersaing, dan pengiriman tepat waktu menjadi strategi kunci untuk mempertahankan keunggulan usaha di pasar yang kompetitif (Farida & Setiawan, 2022).

Razak (2024) UMKM D.I Yogyakarta kerap mengalami kesulitan dalam merekrut dan menjaga karyawan yang berkualitas. Kekurangan tenaga kerja dapat menambah beban pada staf yang tersisa dan menurunkan produktivitas, yang pada akhirnya berdampak pada kualitas produk dan layanan yang diberikan. Razak (2024) Keterbatasan sumber daya keuangan juga menjadi kendala bagi UMKM dalam menjaga konsistensi operasional. Minimnya modal menghalangi investasi dalam bahan baku berkualitas atau pengembangan produk baru, yang pada akhirnya

dapat mengganggu kelancaran produksi dan menghambat pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang. Sedangkan pemaparan dari Hermalia & Edriani (2019) Saat ini, fokus utama perusahaan adalah memenuhi kebutuhan konsumen dengan produk berkualitas optimal dan efisien dengan harga yang kompetitif.

UMKM memiliki kesempatan untuk meningkatkan strategi bersaing karena Inovasi dan kinerja merupakan yang berpengaruh bagi daya saing bisnis dalam peningkatan keunggulan kompetitif . Inovasi dan kinerja yang optimal menjadi elemen krusial dalam mencapai keunggulan kompetitif dalam dunia bisnis. Kemampuan untuk menghasilkan produk dan layanan berkualitas tinggi, menawarkan harga yang kompetitif, dan memberikan pelayanan pelanggan yang unggul adalah faktor kunci yang mampu menarik serta mempertahankan kepercayaan pelanggan (David & David, 2017).

Penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi hubungan strategi bisnis, inovasi, dan kinerja bisnis pada UMKM industri *leisure* di D.I Yogyakarta. Fokus penelitian juga melibatkan variabel keunggulan kompetitif, yang jarang diteliti, khususnya pada tingkat UMKM. Dengan demikian, penelitian ini diarahkan untuk memahami peran inovasi dan kinerja bisnis sebagai mediator antara strategi bisnis dan keunggulan bersaing UMKM di wilayah tersebut. Sehingga Judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Keunggulan Kompetitif Dengan Inovasi dan Kinerja Sebagai Variabel Mediasi Pada UMKM *Leisure* Daerah Istimewa Yogyakarta Setelah Pandemi *Covid-19*”**

1.3 Perumusan Masalah

Para pelaku UMKM di industri *leisure* di D.I Yogyakarta perlu memiliki kemampuan untuk menghadapi persaingan di pasar. Hal ini dapat dicapai melalui penerapan strategi bisnis yang tepat guna meningkatkan daya saing mereka. Perlu diterapkan berbagai strategi bisnis yang inovatif dan kinerja yang baik, agar UMKM industri *leisure* di Yogyakarta dapat meningkatkan keunggulan bersaing mereka. Sesuai dengan latar belakang yang telah dijelaskan, maka didapatkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja bisnis pada UMKM *leisure* D.I Yogyakarta?

2. Seberapa besar pengaruh strategi bisnis terhadap inovasi pada UMKM *leisure* D.I Yogyakarta?
3. Seberapa besar pengaruh strategi bisnis terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM *leisure* D.I Yogyakarta?
4. Seberapa besar pengaruh kinerja bisnis terhadap Keunggulan kompetitif pada UMKM *leisure* D.I Yogyakarta?
5. Seberapa besar pengaruh inovasi terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM *leisure* D.I Yogyakarta?
6. Seberapa besar pengaruh kinerja bisnis dapat memediasi strategi bisnis terhadap keunggulan bersaing pada UMKM industri *leisure* D.I Yogyakarta?
7. Seberapa besar pengaruh inovasi dapat memediasi strategi bisnis terhadap keunggulan bersaing pada UMKM industri *leisure* D.I Yogyakarta?

1.4 Tujuan Penelitian

Selaras dengan penjabaran dari pertanyaan penelitian yang dipaparkan, sehingga didapatkan tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja bisnis pada UMKM industri *leisure* D.I Yogyakarta.
2. Mengetahui pengaruh strategi bisnis terhadap tingkat inovasi pada UMKM industri *leisure* D.I Yogyakarta.
3. Mengetahui pengaruh strategi bisnis terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM industri *leisure* D.I Yogyakarta.
4. Mengetahui pengaruh kinerja bisnis terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM industri *leisure* D.I Yogyakarta.
5. Mengetahui pengaruh inovasi terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM industri *leisure* D.I Yogyakarta.
6. Mengetahui apakah kinerja bisnis dapat memediasi hubungan antara strategi bisnis dan keunggulan bersaing UMKM industri *leisure* D.I Yogyakarta.
7. Mengetahui apakah Inovasi dapat memediasi hubungan antara strategi bisnis dan keunggulan bersaing UMKM industri *leisure* D.I Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini, penulis berharap dengan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait, yang mana terbagi menjadi:

1.5.1 Aspek Akademis

Penulis berharap Penelitian ini mampu memberikan bukti tentang pentingnya inovasi dan kinerja bisnis untuk memperkuat hubungan antara antara strategi bisnis dan keunggulan kompetitif bagi UMKM *leisure* D.I Yogyakarta. Sekaligus dapat memberikan referensi baru yang dapat menjadi landasan bagi penelitian selanjutnya.

1.5.1 Aspek Praktis

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan pandangan serta arahan yang baru yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pelaku Usaha UMKM *leisure* dalam menentukan strategi bisnis untuk dapat meningkatkan keunggulan dalam bersaing. Terlebih jika fenomena yang sama terjadi.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Kerangka penulisan penelitian ini terbagi menjadi lima bagian dengan penjelasan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Memaparkan penjelasan lengkap mengenai penelitian. membahas latar belakang penelitian, gambaran umum penelitian, rumusan masalah, tujuan, keuntungan, dan prosedur untuk menulis tugas akhir.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Menyajikan berbagai teori yang relevan dengan penelitian, merangkum penelitian sebelumnya sebagai referensi, menjelaskan kerangka pemikiran, dan menyusun hipotesis yang akan diuji.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Menjelaskan metode yang digunakan maupun jangka waktu penelitian dibahas dalam bab ini. Diuraikan populasi, metode pemilihan sampel, dan langkah-langkah penelitian dari pengumpulan data hingga analisis data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Memaparkan hasil data yang telah diolah, Analisis data dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Menjelaskan berdasarkan pengalaman penulis selama penelitian, kesimpulan, dan saran untuk pihak-pihak terkait.