

**MENINGKATKAN KINERJA BISNIS PADA MASA COVID-19***IMPROVING BUSINESS PERFORMANCE DURING COVID-19*

**Nyoman Surya Wijaya¹, Putu Laksmi Devi Rahmayanti², I Made Darsana³,
I Nengah Dasi Astawa⁴**

Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional^{1,3}, Universitas Udayana², Politeknik Elbajo Commodus⁴

Email: surya.wijaya@ipb-intl.ac.id¹, laksmi72@gmail.com², made.darsana@ipb-intl.ac.id³,
nengahdasiastawa@yahoo.com⁴

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana kemampuan inovasi mempengaruhi kinerja bisnis dengan memediasi pengaruh persepsi risiko Covid-19. Sampel pada penelitian ini adalah sejumlah 90 pengelola UMKM di industri pariwisata dan kreatif (parekraf) Bali, menggunakan teknik purposive sampling. Pendekatan analisis menggunakan Analisis Jalur dengan SEM-PLS. Temuan menunjukkan adanya dampak negatif dan signifikan pada pengaruh Persepsi Risiko COVID-19 terhadap kinerja bisnis. Selanjutnya, adanya dampak negatif dan signifikan antara Persepsi Risiko COVID-19 terhadap Kemampuan Inovasi; sedangkan antara kemampuan inovasi terhadap kinerja bisnis berpengaruh positif dan signifikan. Kemampuan inovasi pada penelitian ini mampu memediasi pengaruh Persepsi Risiko COVID-19 terhadap kinerja bisnis. Berdasarkan hasil penelitian, maka penting bagi UMKM sektor parekraf di Bali untuk meningkatkan kemampuan inovasi yang lebih tinggi guna meningkatkan kinerja usaha dalam menghadapi risiko pandemi COVID-19.

Kata Kunci: persepsi risiko covid-19, kemampuan inovasi, kinerja bisnis.

ABSTRACT

This research aims to describe how innovation capabilities influence business performance by mediating the influence of Covid-19 risk perceptions. The sample in this research was 90 MSME managers in the Bali tourism and creative industry (parekraf), using a purposive sampling technique. The analysis approach uses Path Analysis with SEM-PLS. The findings show that there is a negative and significant impact on the influence of COVID-19 Risk Perception on business performance. Furthermore, there is a negative and significant impact between COVID-19 Risk Perception on Innovation Capability; Meanwhile, innovation ability has a positive and significant effect on business performance. The innovation capability in this research is able to mediate the influence of COVID-19 Risk Perception on business performance. Based on the research results, it is important for MSMEs in the tourism and creative sector in Bali to increase their innovation capabilities to improve business performance in facing the risk of the COVID-19 pandemic.

Keywords: covid-19 risk perception, innovation capability, business performance.

PENDAHULUAN

Dampak yang sangat besar diakibatkan oleh epidemi COVID-19 terhadap UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah). Wabah ini secara signifikan memberikan pengaruh terhadap UMKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif (parekraf) di Provinsi Bali (Bae, 2021). UMKM di industri parekraf sangat bergantung pada peraturan pemerintah yang mengatur larangan perjalanan wisata, sektor ini sangat rentan terhadap dampak

negatif COVID-19. Pelaku bisnis di sektor ini bergantung pada negara yang terdampak COVID-19, para pelaku UMKM ini sangat rentan terhadap COVID-19.

Pandemi COVID-19 adalah elemen yang tidak dapat diprediksi untuk bisnis, menambah beban pada operasi UMKM. Variabel yang menimbulkan bahaya muncul satu per satu dan harus diperhatikan oleh pelaku UMKM. Persepsi risiko mengacu pada penilaian naluriah seseorang terhadap bahaya



yang mereka hadapi atau mungkin dihadapi, termasuk banyak konsekuensi negatif yang diidentifikasi individu dengan penyebab tertentu (Bauer, 1960). Akibatnya, banyak usaha khususnya pada UMKM sektor perakraf harus mengelola risiko ini dalam operasional sehari-hari. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk menyelidiki pengaruh persepsi risiko COVID-19 terhadap niat perilaku perjalanan (Belas *et al.*, 2022), kesadaran lingkungan (Brug *et al.*, 2004), dan perilaku pembelian online selama COVID-19 (Chi, 2021). Beberapa studi empiris sebelumnya seperti oleh Cori *et al.* (2020) menemukan adanya hubungan negatif antara pandemi terhadap kinerja perusahaan, Dabić *et al.* (2018) pada perbankan, dan UMKM (Faradilla, 2021); dan ada juga penelitian yang menunjukkan tidak adanya pengaruh persepsi pandemi COVID-19 terhadap kinerja bisnis (Giantari *et al.*, 2022).

Pada masa Covid-19, UMKM dituntut untuk dapat meningkatkan daya saingnya, supaya tetap bisa bertahan bahkan kalau bisa lebih berkembang. Faktor individu dan lingkungan mempengaruhi keberhasilan usaha kecil. Pelaku bisnis khususnya harus memiliki sikap kewirausahaan yang kuat dan kemampuan tertentu. Ciri-ciri kepribadian individu dan kompetensi dalam proses kewirausahaan adalah contoh dari kemampuan tersebut, yang akan berpengaruh pada kinerja UMKM. Teknik *Resource Based View* (RBV) akan digunakan untuk mengisi kesenjangan saat ini. Kualitas dan kompetensi yang diciptakan oleh korporasi menentukan keberhasilan jangka panjang dari setiap organisasi (Mustari *et al.*, 2021). Pengusaha harus mampu berinovasi untuk memenuhi kendala yang datang dengan risiko ini. Berdasarkan hal tersebut, solusi yang ditawarkan terkait dengan research gap adalah dengan menggunakan variabel kemampuan

inovasi sebagai variabel mediasi. Namun, penelitian tentang dampak persepsi risiko COVID-19 dari sudut pandang pelaku UMKM terkait dengan kemampuan inovasi perusahaan masih sedikit. Fenomena bisnis dan gap hasil penelitian ini menjadi celah penelitian yang menarik bagi peneliti untuk dilakukan kajian lebih lanjut untuk pengembangan penelitian.

Kesenjangan fenomena dan kesenjangan penelitian sebelumnya menjadi alasan penting untuk melakukan investigasi serta mengembangkan model persepsi risiko COVID-19 yang dikaitkan dengan kemampuan inovasi dan kinerja UMKM di sektor perakraf di Provinsi Bali. Berdasarkan tantangan dan fenomena yang sedang terjadi, sangat tertarik untuk mencari tahu dan mendeskripsikan bagaimana peran kemampuan inovasi dalam memitigasi dampak risiko pandemi COVID-19 terhadap kinerja bisnis UMKM di sektor perakraf di Bali.

TINJAUAN PUSTAKA

Persepsi risiko COVID-19

Munculnya COVID-19 yang mewabah secara global berdampak sangat luar biasa besar pada negara-negara yang terpapar. Negara-negara terpaksa mengadopsi tindakan karantina karena sifat infeksi COVID-19 yang sangat tinggi (Cori *et al.*, 2020). Di sisi lain, beberapa negara telah memberlakukan pembatasan untuk mencegah penularan virus yang sangat memukul bisnis di sektor pariwisata. Persepsi risiko dipandang sebagai penilaian nilai yang terkait dengan situasi yang tidak pasti yang timbul dari risiko tertentu. Persepsi risiko mencakup dua dimensi (Najafi-Tavani *et al.*, 2018): kognitif dan afektif.

Dimensi kognitif berkaitan dengan kepekaan yang dirasakan individu terhadap



risiko dan tingkat keparahannya, sedangkan dimensi emosional berkaitan dengan kekhawatiran orang tentang paparan risiko mereka. Persepsi risiko perusahaan dilihat sebagai penilaian terhadap bahaya yang melekat pada suatu keadaan (Purwanto & Trihudiyatmanto, 2018). UMKM di sektor parekraf akan merasakan ketidakpastian dan ketidakpastian wabah COVID-19 yang berlaku pada operasional perusahaan mereka. Persepsi risiko COVID-19 diukur dengan indikator yang diadopsi dalam (Najafi-Tavani et al., 2018): (1) Khawatir karyawan dalam bisnis terpapar COVID-19, (2) Ada kemungkinan besar terpapar COVID-19 dibandingkan dengan penyakit lain, (3) Pemilik bisnis akan mengalami kerugian finansial akibat COVID-19, (4) Ada ketidakpastian yang cukup besar saat memprediksi seberapa baik kinerja bisnis, dan (5) ada kemungkinan besar kegagalan.

Kemampuan Inovasi

Bouncken *et al.* (2021) menyebutkan bahwa, Inovasi adalah penerapan proses perusahaan baru, taktik pemasaran, peningkatan kualitas layanan, atau interaksi eksternal. Karena merupakan sumber kinerja perusahaan, kemampuan inovasi dapat ditingkatkan dengan prosedur operasional baru untuk mendapatkan teknologi baru (Dabić *et al.*, 2018). Bagi perusahaan di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif untuk memodernisasi dan mampu bersaing, kemampuan inovasi adalah sumber daya yang vital dan sangat dibutuhkan. Memiliki kemampuan berinovasi akan membuat bisnis bertahan dan berkembang menjadi lebih baik. Inovasi bukan hanya bertujuan untuk menekan biaya, tetapi tujuan pentingnya adalah mampu mengembangkan bisnis atau menjawab apa yang dibutuhkan pelanggan.

Kapasitas untuk menilai kreativitas dalam solusi masalah dan kemungkinan untuk meningkatkan kinerja disebut sebagai kemampuan inovasi. Inovasi produk (perubahan produk fisik), inovasi layanan (efektivitas proses layanan), dan pemasaran adalah tiga komponen kemampuan inovasi, menurut (Migdadi, 2021).

Kinerja bisnis

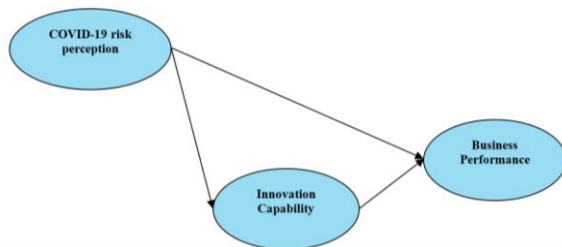
Kinerja bisnis merupakan indikator tingkat keberhasilan pencapaian tujuan bisnis. Kinerja UMKM didefinisikan sebagai hasil dari proses keputusan bisnis independen yang terkait dengan manajemen bisnis, yaitu mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi tersebut ke dalam ide untuk dapat melakukan sesuatu dengan cara yang lebih baik untuk menciptakan peluang (Ali *et al.*, 2018). Kinerja Usaha merupakan ukuran tingkat pencapaian kinerja UMKM (Wibowo, 2018). Menurut Satwika & Dewi (2018), dalam menghadapi persaingan, maka faktor untuk mengukur keberhasilan dari strategi perusahaan yang digunakan, adalah kinerja bisnis. Pemahaman tersebut menekankan bahwa kinerja bisnis membutuhkan proses dan tidak terjadi begitu saja (Feranita & Setiawan, 2019). Indikator untuk mengukur kinerja bisnis dalam penelitian ini diambil dari (Antari & Widagda, 2022), dan Yasa *et al.* (2021) yaitu pertumbuhan laba penjualan, pertumbuhan jumlah pelanggan, pertumbuhan pangsa pasar, dan pertumbuhan volume penjualan.

Kerangka Konsep Penelitian

Persepsi risiko COVID-19 adalah satu faktor yang menentukan pencapaian dari kinerja UMKM pada sektor parekraf di Bali. Persepsi risiko COVID-19 merupakan dampak negatif, sejak munculnya pandemi



COVID-19 pada Desember 2019. Persepsi risiko COVID-19 ini memiliki pengaruh negatif pada pencapaian kinerja bisnis UMKM. Meskipun adanya risiko COVID-19, akan tetapi kinerja bisnis diharapkan mampu diperbaiki dengan kemampuan UMKM mengembangkan kemampuan inovasi. Pada penelitian ini kerangka konseptual terlihat seperti Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis penelitian:

Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini dirumuskan berdasarkan pada kerangka konsep penelitian, antara lain:

- H1 : Persepsi Risiko COVID-19 berdampak negatif dan signifikan terhadap kinerja bisnis
- H2 : Persepsi Risiko COVID-19 berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kemampuan inovasi
- H3 : Kemampuan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis
- H4 : Kemampuan inovasi mampu secara signifikan memediasi pengaruh persepsi risiko COVID-19 terhadap kinerja bisnis

METODE

Penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausalitas, karena bertujuan untuk menguji dan menganalisis hubungan antara variabel persepsi risiko COVID-19, kemampuan inovasi, dan kinerja bisnis. UMKM sektor parekras di Provinsi Bali

dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah. Besar sampel penelitian ini adalah 90 UKM, dimana penentuan sampel dilakukan dengan mengalikan jumlah pengukuran dengan 5.

Indikator variabel persepsi risiko COVID-19, kemampuan inovasi, dan kinerja bisnis diukur menggunakan skala Likert lima poin oleh pemilik atau pengelola UMKM sebagai ahli strategi. Pendekatan ini digunakan untuk menilai persepsi responden dengan skala (5) sangat setuju, (4) setuju, (3) netral, (2) tidak setuju (2), (1) sangat tidak setuju (1).

Untuk menunjang penelitian digunakan, yaitu: 1) Jenis data primer, merupakan data dari pengisian kuesioner yang dilakukan responden, yaitu pemilik atau pengelola UMKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Provinsi Bali; 2) data sekunder, merupakan data berasal dari sumber lain untuk mendukung penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner kepada pemilik atau pengelola UKM sektor parekras di Provinsi Bali.

Instrumen penelitian menggunakan angket atau daftar pertanyaan atau angket untuk mendukung penelitian survey yang membutuhkan data primer. Instrumen ini sebelum digunakan sebagai dasar pengumpulan data yang akan diolah, maka dilakukan uji coba terlebih dahulu. Pilot testing adalah pengujian awal terhadap instrumen yang digunakan dalam penelitian, tujuannya untuk mengetahui layak atau tidaknya instrumen sebelum diterapkan pada penelitian yang sebenarnya. Uji coba dilakukan dengan mendistribusikannya kepada 30 responden untuk pengujian lebih lanjut.

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan tujuannya untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan tepat dalam



mengukur apa yang diteliti dan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden. Sugiyono (2018:150) menyebutkan teknik korelasi *product moment* dari Pearson dengan batas minimal $r = 0,3$ digunakan untuk pengujian validitas instrumen. Sementara

reliabilitas instrumen diuji dengan menghitung koefisien reliabilitas Cronbach Alpha $> 0,6$. Tabel 1 dan Tabel 2. adalah hasil analisis validitas dan reliabilitas.

Tabel 1. Uji Validitas Instrumen

Variabel	Indikator variabel	Koefisien Korelasi	Keterangan
Persepsi risiko COVID-19 (X1)	X1.1	0,922	Valid
	X1.2	0,846	Valid
	X1.3	0,832	Valid
	X1.4	0,750	Valid
	X1.5	0,921	Valid
Kemampuan Inovasi (Y1)	Y1.1	0,792	Valid
	Y1.2	0,921	Valid
	Y1.3	0,920	Valid
Kinerja Bisnis (Y2)	Y2.1	0,950	Valid
	Y2.2	0,901	Valid
	Y2.3	0,897	Valid
	Y2.4	0,854	Valid

Sumber: Data diolah, 2023

Data pada Tabel 1 memperlihatkan nilai koefisien seluruh item pernyataan semua variabel memiliki skor total $>0,30$, yang

artinya pernyataan dalam instrumen penelitian adalah valid.

Tabel 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Alfa Cronbach	Keterangan
Persepsi risiko COVID-19 (X1)	0,909	Reliabel
Kemampuan Inovasi (Y1)	0,852	Reliabel
Kinerja Bisnis (Y2)	0,922	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 2 memperlihatkan semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat konsistensi dan reliabilitas data, dengan Cronbach's Alpha lebih dari 0,70. sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Setelah instrumen dinyatakan layak, langkah selanjutnya adalah menyebarkan kuesioner. Data yang terkumpul kemudian ditabulasikan dan di deskriptifkan dengan memberikan angka pada jumlah responden beserta nilai rata-rata jawaban responden



dan persentasenya. Hubungan sebab akibat yang dirumuskan menggunakan model yang tidak sederhana, karena variabel dalam model berbentuk rekursif. Penelitian ini karena hubungan sebab akibat, maka dibutuhkan metode statistik inferensial yaitu Structural Equation Modeling (SEM) – PLS sebagai alat analisis yang mampu menjelaskan hubungan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Profil 90 responden disajikan secara umum dengan beberapa karakteristik antara lain gender, usia, dan pendidikan, digambarkan sebagai berikut: Responden perempuan 55 orang, sementara responden laki-laki 35 orang. Rentang usia > 40 -50 tahun mendominasi pengisian kuesioner sebanyak 28 orang. Responden dengan pendidikan sarjana yang mendominasi, sebanyak 51 orang. Karakteristik responden tersaji seperti Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Responden

No	Variabel	Klasifikasi	Jumlah	Persentase (%)
1	Jenis kelamin	Manusia	35	38,9
		Wanita	55	61 ,1
		Total	90	100
2	Usia	20 - 30 tahun	22	24,4
		30 - 40 tahun	20	22,2
		40 - 50 tahun	28	31,1
		50 - 60 tahun	15	16,6
		60 - 70 tahun	5	5,7
	Total	90	100	
3	Pendidikan	Sekolah Menengah Atas	25	27,8
		Sebagai gelar sosial	10	11,1
		Gelar sarjana muda	51	56,7
		Pascasarjana	4	4,4
	Total	90	100	

Sumber: Data diolah, 2023

Hasil Analisis SEM PLS

Pendekatan dua tahap digunakan pada penelitian ini, tujuannya memverifikasi validitas dan reliabilitas agar sebelum pengujian hipotesis, model sudah diukur terlebih dahulu. Tahap pertama, dengan menganalisis validitas konvergen, kemudian tahap kedua menganalisis validitas diskriminan.

Uji Outer Model

Validitas konvergen

Untuk memastikan semua indikator yang digunakan dalam penelitian layak dalam mengukur variabel penelitian, maka dilakukan uji outer model. Ada tiga kriteria yang harus dipenuhi untuk melihat valid tidaknya suatu model untuk dijadikan dasar penelitian, terdiri atas: (1) semua indikator pemuatan harus di atas 0,65; (2) Realibilitas Komposit (CR) harus di atas 0,8; dan (3) Average Variance Extracted (AVE) untuk setiap konstruk harus melebihi 0,5.



Tabel 4. Hasil Ukuran Model

Variabel	Indikator	Outer Loading	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Persepsi risiko COVID-19 (X1)	X1.1	0,923	0,954	0,815
	X1.2	0,845		
	X1.3	0,886		
	X1.4	0,897		
	X1.5	0,931		
Kemampuan Inovasi (Y1)	Y1.1	0,903	0,930	0,815
	Y1.2	0,929		
	Y1.3	0,875		
Kinerja Bisnis (Y2)	Y2.1	0,953	0,966	0,877
	Y2.2	0,931		
	Y2.3	0,929		
	Y2.4	0,933		

Sumber: Data diolah, 2023

Model penelitian seperti Tabel 4 memperlihatkan penelitian ini memiliki validitas yang baik, karena: (1) semua indikator *outer loading* berada pada batas rekomendasi karena memiliki nilai di atas 0,6, nilai terendah 0,845 dan tertinggi 0,953; (2) Nilai *Composite Reliability* (CR) berada pada kisaran antara 0,930 sampai dengan 0,966, semuanya berada di atas 0,8 artinya semua konstruk terbentuk dan memiliki konsistensi yang baik sebagai model

penelitian. (3) Nilai *Average Variance Extracted* (AVE), berada di atas 0,5 dengan rentang 0,815 hingga 0,877.

Diskriminan Keabsahan

Untuk mengevaluasi diskriminatif validitas, sebuah model penelitian, disarankan memastikan nilai *Root Average Variance Extracted* (\sqrt{AVE}) dari laten variabel harus menjadi lebih besar.

Tabel 5. Korelasi Antara Variabel Laten

Variabel	Persepsi Risiko COVID-19	Kemampuan Inovasi	Kinerja Bisnis
Persepsi Risiko COVID-19	1.000	-0,810	-0,836
Kemampuan Inovasi	-0,810	1.000	0,881
Kinerja bisnis	-0,836	0,881	1.000

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 6. Akar kuadrat dari varians rata-rata yang diekstrak (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	RSAVE
----------	----------------------------------	-------



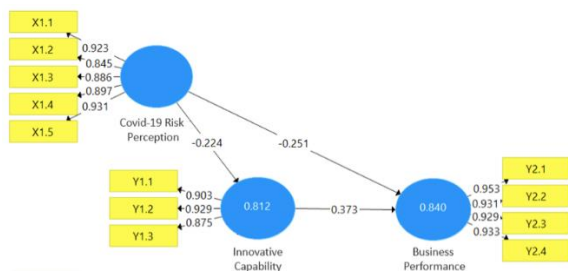
Persepsi Risiko COVID-19	0,805	0,897
Kemampuan Inovasi	0,815	0,903
Performa bisnis	0,877	0,936

Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 6 memperlihatkan nilai (\sqrt{AVE}) lebih besar dari 0,5, ini mengindikasikan Validitas diskriminan dianggap baik. Data tersebut menunjukkan nilai \sqrt{AVE} terkecil adalah 0,897, mengartikan bahwa model penelitian yang diajukan pada penelitian ini dapat dikatakan baik.

Uji Inner Model

Gambar 2 memperlihatkan Hasil pengujian inner model, dimana fokus model struktural adalah pada hubungan atau jalur yang dihipotesiskan antara variabel laten.



Gambar 2. Model Struktural

R-square digunakan untuk mengevaluasi model struktural untuk konstruk dependen, dan t-test serta signifikansi koefisien parameter jalur struktural.

Koefisien Determinasi (R²)

Dua pengukuran model struktural yang dihasilkan dari melakukan bootstrap pada penelitian ini, yaitu: nilai t (t-test) dan R² yang akan diinterpretasikan sama dengan analisis regresi berganda pada umumnya. Nilai R² dari hasil bootstrapping mengindikasikan kekuatan prediksi suatu model penelitian. Nilai R² untuk setiap

variabel eksogen yang terdapat dalam model, disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Membangun	R ²
Kemampuan Inovasi	0,812
Kinerja bisnis	0,840

Catatan: yang memiliki nilai R² hanya variabel endogen (tergantung)

Sumber: Data diolah, 2023

Tampilan pada Tabel 7 memperlihatkan nilai R² dari variabel kinerja bisnis adalah yang tertinggi, yakni sebesar 0,840. Nilai ini berarti sebanyak 84,0% variabel kinerja bisnis dapat dijelaskan oleh konstruk persepsi risiko COVID-19, dan kemampuan inovasi. Nilai terendah terdapat pada variabel kemampuan Inovasi sebesar 0,812, ini artinya 81,2% variabel kemampuan inovasi dapat dijelaskan oleh konstruk persepsi risiko COVID-19. Secara umum kemampuan prediksi model penelitian ini baik, karena pemeriksaan semua variabel memiliki nilai R² di atas 50%.

Pengujian hipotesis

Informasi yang sangat berguna tentang hubungan antara variabel penelitian, diperlihatkan melalui signifikansi parameter estimasi. Tabel 8 menyajikan nilai yang terdapat pada koefisien jalur keluaran, digunakan sebagai dasar dalam pengujian hipotesis.

**Tabel 8. Path Coefficient**

Hipotesis	Correlation between Variables	Path Coefficient	t-statistics	p-value	Note
H1	Persepsi Risiko COVID-19 → Kinerja bisnis	-0,251	2.440	0,015	Signifikan
H2	Persepsi Risiko COVID-19 → Kemampuan Inovasi	-0,224	2.861	0,004	Signifikan
H3	Kemampuan Inovasi → Kinerja bisnis	0,373	3.352	0,001	Signifikan
H4	Kemampuan Inovasi → Persepsi Risiko COVID-19 → Kinerja bisnis	-0,084	2.207	0,028	Signifikan

Sumber: Data diolah, 2023

Nilai *t-statistics* dan *p-value* digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis, dan hipotesis akan diterima apabila *p-value* < 0,05. Data pada Tabel 8 memperlihatkan bahwa persepsi risiko COVID-19 terhadap kinerja bisnis memiliki nilai *t-statistics* sebesar 2.440 dengan *p-value* 0,015 < 0,05, sehingga H1 diterima. Artinya, semakin tinggi persepsi risiko COVID-19, semakin rendah kinerja bisnisnya. Persepsi risiko COVID-19 terhadap kemampuan inovasi memiliki nilai *t-statistic* sebesar 2,861 dengan *p-value* 0,004 < 0,05, maka H2 diterima. Artinya, semakin tinggi persepsi risiko COVID-19, semakin rendah kemampuan inovasi. Kemampuan inovasi terhadap Kinerja bisnis memiliki nilai *t-statistic* sebesar 3,352 dengan *p-value* 0,001 < 0,05, maka H3 diterima. Artinya tingginya kinerja bisnis tidak terlepas dari semakin tinggi kemampuan inovasi. Selanjutnya untuk pengaruh tidak langsung persepsi risiko COVID-19 terhadap kinerja bisnis melalui kemampuan inovasi diperoleh nilai *t-statistic* sebesar 2,207 dengan *p-value* 0,028 < 0,05. Artinya, kemampuan inovasi mampu memediasi secara parsial pengaruh persepsi risiko COVID-19 terhadap kinerja bisnis.

Pengaruh Persepsi Risiko COVID-19 terhadap Kinerja Bisnis

Berdasarkan analisis dampak persepsi risiko COVID-19 terhadap kinerja bisnis, menghasilkan H0 ditolak dan H1 diterima, ini karena nilai koefisien beta sebesar -0,251 dengan tingkat signifikansi 0,015 < 0,05. Atas dasar hasil tersebut berarti adanya pengaruh negatif dan signifikan pada persepsi risiko COVID-19 terhadap kinerja bisnis UMKM sektor parekraf di Bali. Artinya, semakin tinggi Persepsi Risiko COVID-19 yang dirasakan oleh pengelola UMKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, yang ditunjukkan dengan: karyawan khawatir terpapar COVID-19, maka peluang terpapar COVID-19 semakin besar -19 dibandingkan dengan penyakit lain, pemilik bisnis merugi secara finansial akibat COVID-19, terdapat ketidakpastian yang cukup besar saat memprediksi seberapa baik bisnis akan berjalan, dan terdapat kemungkinan kegagalan yang tinggi, yang dapat menurunkan kinerja bisnis.

Hasil yang di dapat pada penelitian ini, memperkuat hasil penelitian Telagawathi *et al.* (2022), dimana disebutkan bahwa persepsi risiko COVID-19 menurunkan kinerja bisnis. Wieczorek-Kosmala *et al.* (2021), juga



menyatakan hal yang sama bahwa persepsi risiko COVID-19 secara signifikan menurunkan kinerja bisnis. Penelitian dari Shen *et al.* (2020) juga memperkuat hasil penelitian ini, bahwa variabel persepsi risiko COVID-19 berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel kinerja bisnis.

Pengaruh Persepsi Risiko COVID-19 terhadap Kemampuan Inovasi

Hasil nilai koefisien beta pengaruh persepsi risiko COVID-19 terhadap kemampuan inovasi adalah sebesar $-0,224$ dengan tingkat signifikansi $0,004 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima .

Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh negatif dan signifikan pada persepsi risiko COVID-19 terhadap kemampuan inovasi. Artinya, semakin tinggi Persepsi Risiko COVID-19 yang ditunjukkan dengan kekhawatiran karyawan dalam suatu bisnis terpapar COVID-19, maka semakin besar peluang terpapar COVID-19 dibandingkan dengan penyakit lain, pemilik bisnis merugi secara finansial karena COVID-19, terdapat ketidakpastian yang cukup besar ketika memprediksi seberapa baik usaha dapat berjalan, dan adanya probabilitas kegagalan yang tinggi, dapat menurunkan kemampuan inovasi UMKM di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

Berdasarkan hasil yang didapat pada penelitian ini, mendukung hasil penelitian Gong *et al.* (2020) bahwa peran Persepsi Risiko COVID-19 memang dapat menurunkan kemampuan inovasi. Sejalan dengan hasil penelitian Rodrigues & de Noronha (2021), menyebutkan adanya pengaruh negatif dan signifikan pada persepsi risiko COVID-19 terhadap kemampuan inovasi.

Pengaruh Kemampuan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis

Pengaruh kemampuan inovasi terhadap kinerja bisnis berdasarkan hasil analisis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima , hal ini didasarkan pada nilai koefisien beta sebesar $0,373$ dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Hasil tersebut berarti adanya pengaruh positif dan signifikan pada variabel kemampuan inovasi terhadap kinerja bisnis UMKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Bali. Artinya, semakin tinggi kemampuan inovasi yang ditunjukkan oleh kapabilitas atau kapabilitas inovasi produk, kapabilitas layanan, dan kapabilitas pemasaran, maka semakin tinggi pula kinerja bisnisnya.

Hasil yang didapat pada penelitian ini, memperkuat hasil penelitian dari Wijaya *et al.* (2019), dimana disebutkan bahwa kemampuan inovasi berperan penting dalam meningkatkan kinerja bisnis. Sejalan dengan Yasa *et al.* (2016), menyatakan bahwa kemampuan in ovasi mampu meningkatkan kinerja bisnis. Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan hasil penelitian Setini *et al.* (2021); Telagawathi *et al.* (2022), yang menemukan bahwa variabel Innovation Capability berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja bisnis.

Peran Kemampuan Inovasi dalam Memediasi Persepsi Risiko COVID-19 terhadap Kinerja Bisnis

Untuk pengaruh Persepsi Risiko COVID-19 terhadap kinerja bisnis melalui Kemampuan Inovasi diperoleh hasil nilai koefisien beta sebesar $-0,084$ dan tingkat signifikansi $0,028 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima . Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kemampuan Inovasi mampu memediasi secara signifikan pengaruh persepsi risiko COVID-19 terhadap



kinerja usaha UMKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Bali. Artinya pengaruh Persepsi Risiko COVID-19 terhadap kinerja bisnis dapat menurun jika mampu membangun Innovation Capability terlebih dahulu baru kemudian Innovation Capability mampu meningkatkan kinerja bisnis.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini adalah: 1) Semakin tinggi Persepsi Risiko COVID-19 yang dirasakan UMKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Bali, maka semakin rendah pencapaian kinerja usahanya. 2) Semakin tinggi persepsi risiko COVID-19 yang dimiliki UMKM sektor parekraf di Bali, semakin rendah kemampuan knovasi mereka. 3) Semakin tinggi kemampuan inovasi, maka semakin tinggi kinerja bisnisnya. 4) Kemampuan inovasi mampu mengurangi dampak negatif dari persepsi risiko COVID-19 terhadap kinerja bisnis UMKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Bali.

DAFTAR PUSTAKA

- Antari, N. K. W., & Widagda, I. G. N. J. A. (2022). *Peran Inovasi Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis UMKM Songket*. Udayana University.
- Bae, S. Y. (2021). The effect of coronavirus disease-19 (COVID-19) risk perception on behavioural intention towards 'untact' tourism in South Korea during the first wave of the pandemic (March 2020). *Current Issues in Tourism*, 24(7), 1017–1035.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1798895>
- Bauer, R. A. (1960). Consumer behavior as risk taking. *Proceedings of the 43rd National Conference of the American Marketing Association*, June 15, 16, 17, Chicago, Illinois, 1960.
- Belas, J., Gavurova, B., Dvorsky, J., Cepel, M., & Durana, P. (2022). The impact of the COVID-19 pandemic on selected areas of a management system in SMEs. *Economic Research-Ekonomika Istraživanja*, 35(1), 3754–3777.
- Bouncken, R. B., Kraus, S., & Roig-Tierno, N. (2021). Knowledge-and innovation-based business models for future growth: Digitalized business models and portfolio considerations. *Review of Managerial Science*, 15(1), 1–14.
- Brug, J., Aro, A. R., Oenema, A., De Zwart, O., Richardus, J. H., & Bishop, G. D. (2004). SARS risk perception, knowledge, precautions, and information sources, the Netherlands. *Emerging Infectious Diseases*, 10(8), 1486.
- Chi, N. T. K. (2021). Innovation capability: The impact of e-CRM and COVID-19 risk perception. *Technology in Society*, 67.
<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101725>
- Cori, L., Bianchi, F., Cadum, E., & Anthonj, C. (2020). Risk perception and COVID-19. In *International journal of environmental research and public health* (Vol. 17, Issue 9, p. 3114). MDPI.
- Dabić, M., Lažnjak, J., Smallbone, D., & Švarc, J. (2018). Intellectual capital, organisational climate, innovation culture, and SME performance: Evidence from Croatia. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(4), 522–544.
- Faradilla, S. (2021). *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Dan*



- Intensitas Persaingan Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada UKM Mebel Ekspor di Kabupaten Jepara Selama Masa Pandemi Covid-19)*. UNISNU Jepara.
- Feranita, N. V., & Setiawan, H. A. (2019). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Dampak Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 18(1), 54–70.
- Giantari, I., Yasa, N., Suprasto, H., & Rahmayanti, P. (2022). The role of digital marketing in mediating the effect of the COVID-19 pandemic and the intensity of competition on business performance. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 217–232.
- Migdadi, M. M. (2021). Knowledge management, customer relationship management and innovation capabilities. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 36(1), 111–124.
- Mustari, M., Arisah, N., Thaief, I., Fatmawati, F., & Hasan, M. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar. *Seminar Nasional Teknologi Pendidikan*.
- Najafi-Tavani, S., Najafi-Tavani, Z., Naudé, P., Oghazi, P., & Zeynaloo, E. (2018). How collaborative innovation networks affect new product performance: Product innovation capability, process innovation capability, and absorptive capacity. *Industrial Marketing Management*, 73, 193–205.
- Purwanto, H., & Trihudiyatmanto, M. (2018). Pengaruh Intensi Berwirausaha, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening pada Sentra UMKM Carica di Wonosobo. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 1(1), 42–52.
- Rodrigues, C. D., & de Noronha, M. E. S. (2021). What companies can learn from unicorn startups to overcome the COVID-19 crisis. *Innovation & Management Review, ahead-of-print*.
- Satwika, N. K. P., & Dewi, N. M. W. K. (2018). *Pengaruh Orientasi Pasar Serta Inovasi Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Bisnis*. Udayana University.
- Setini, M., Yasa, N., Supartha, I., & Giantari, I. (2021). The effects of knowledge sharing, social capital and innovation on marketing performance. *International Journal of Data and Network Science*, 5(3), 257–266.
- Shen, H., Fu, M., Pan, H., Yu, Z., & Chen, Y. (2020). The Impact of the COVID-19 Pandemic on Firm Performance. *Emerging Markets Finance and Trade*, 56(10), 2213–2230. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2020.1785863>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta, Bandung.
- Telagawathi, N., Yasa, N., Giantari, I., & Ekawati, N. (2022). The role of innovation strategies in mediating covid-19 perceptions and entrepreneurship orientation on Endek weaving craft business performance. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(3), 913–922.
- Wibowo, E. W. (2018). Kajian analisis kinerja usaha mikro kecil menengah (UMKM) dengan menggunakan metode balance scorecard. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(2), 25–43.
- Wieczorek-Kosmala, M., Błach, J., & Doś, A. (2021). Covid-19 interruptions and



- smes heterogeneity: Evidence from poland. *Risks*, 9(9), 161.
- Wijaya, P. Y., Rahyuda, I. K., Yasa, N. N., & Sukaatmadja, I. P. (2019). Dilemma of innovation in silver craft SMEs in Gianyar Regency of Bali Province, Indonesia. *Revista Espacios*, 40(22).
- Yasa, N., Giantari, I., Sukaatmadja, I., Sukawati, T., Ekawati, N., Nurcaya, I., Rahanatha, G., & Astari, A. (2021). The role of relational and informational capabilities in mediating the effect of social media adoption on business performance in fashion industry. *International Journal of Data and Network Science*, 5(4), 569–578.
- Yasa, N. N. K., Sukaatmadja, I. P. G., Giantari, I., & Rahyuda, H. (2016). The role of innovation strategy in mediating the influence of company resources on woodcraft industry performance in Gianyar regency. *International Business Management*, 10(3), 262–269.

