

**ANALISIS PENGARUH STRATEGI INOVASI TERHADAP KINERJA OPERASIONAL
PADA UKM CAIRAN ROKOK ELEKTRIK DI YOGYAKARTA**

JURNAL



Oleh:

Nama : Teddy Kurnia
Nim : 14311185
Bidang : Manajamen Operasi

FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2018

**ANALISIS PENGARUH STRATEGI INOVASI TERHADAP KINERJA OPERASIONAL
PADA UKM CAIRAN ROKOK ELEKTRIK**

**ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana
Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia**



Disusun oleh :

Nama : Teddy Kurnia
Nim : 14311185
Bidang Konsentrasi : Manajemen Operasi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

T.A 2017/2018

**ANALISIS PENGARUH STRATEGI INOVASI TERHADAP KINERJA OPERASIONAL
PADA UKM CAIRAN ROKOK ELEKTRIK**

Nama : Teddy Kurnia

No. Mahasiswa : 14311185

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Oprasional



Yogyakarta, Juli 2018

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Dosen Pembimbing,

Mochamad Nasito, Drs., MM.

NIP: 83311020

ANALISIS PENGARUH STRATEGI INOVASI TERHADAP KINERJA OPERASIONAL PADA UKM CAIRAN ROKOK ELEKTRIK

Teddy Kurnia¹, Mochamad Nasito, Drs., MM²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

[1didit.teddy@yahoo.com](mailto:didit.teddy@yahoo.com)

^{1,2}Universitas Islam Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi inovasi terhadap kinerja operasional. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh UKM cairan rokok elektrik di Yogyakarta dengan jumlah sample sebanyak 60 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*. Adapun teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda. Diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh orientasi kepemimpinan terhadap kinerja operasional tetapi tidak signifikan, terdapat pengaruh yang signifikan inovasi proses terhadap kinerja operasional, terdapat pengaruh yang signifikan inovasi produk terhadap kinerja operasional, dan terdapat pengaruh yang signifikan implementasi inovasi terhadap kinerja operasional.

Kata Kunci : Strategi Inovasi, Kinerja Operasional

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of innovation strategies on operational performance. The population used in this study is all SMEs electrical cigarette liquids in Yogyakarta with a sample of 60 respondents. The sampling technique used is convenience sampling. The technical analysis of data used in this study is multiple linear regression analysis method. The result shows that there is influence of leadership orientation on operational performance but not significant, there is significant influence of process innovation to operational performance, there is significant effect of product innovation to operational performance, and there is significant influence of innovation implementation to operational performance.

Keywords: *Innovation Strategy, Operational Performance*

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Di era modern pada saat ini, perkembangan zaman semakin pesat dan kreatif. Di era modern mendukung individu maupun organisasi untuk berinovasi dalam segala hal. Selain itu kemajuan teknologi menjadi salah satu penyebab terbesar agar industri kecil menengah melakukan inovasi pada produknya. Oleh karena itu individu dan pelaku industri ingin membuat sesuatu yang baru maupun merubah sesuatu menjadi lebih baik dan modern, tentunya yang dapat diterima oleh konsumen dan masyarakat. Melalui inovasi produk, suatu industri dapat berinovasi dari produk sebelumnya, selain itu juga dapat memperbaiki produk dari sebelumnya dan juga membuat produk yang benar-benar baru.

Dalam suatu industri, untuk dapat bersaing dengan industri lain, haruslah menerapkan strategi inovasi. Strategi inovasi sangat berpengaruh dalam dunia persaingan antar industri. Cottam (2001) menyatakan bahwa inovasi merupakan salah satu alternatif bagi organisasi untuk bertahan hidup dalam lingkungan yang dinamis dan bergejolak. Jika bisnis tidak inovatif, maka akan berdampak pada industri itu sendiri, yang dapat membuat perusahaan tersebut sulit untuk bertahan hidup dalam lingkungan persaingan.

Strategi inovasi memiliki beberapa dimensi, yaitu orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, dan implementasi inovasi. Orientasi kepemimpinan menunjukkan apakah suatu perusahaan mengikuti *a first-to market* (pertama masuk pasar), *second to market* (kedua masuk pasar), atau *late entrant* (sebagai pengikut), *late-entrant* (bersikap peniru) dalam kegiatan inovasi (Porter, 1990). Didalam UKM cairan rokok elektrik, orientasi kepemimpinan merupakan salah satu hal yang penting yang dilakukan suatu industri, baik sebagai *first-to-market* yang mengembangkan industrinya berdasarkan kemampuan dari internal perusahaan tersebut, dan memberikan inovasi terhadap produk yang mereka berikan. Biasanya first-to-market memberikan keunikan untuk mencapai suatu keunggulan serta memerlukan modal yang lebih karena biaya investasi yang digunakan untuk hal yang beragam, baik biaya yang digunakan untuk percobaan dan biaya untuk inovasi yang digunakan. Didalam UKM cairan rokok elektrik, tidak sedikit industri yang ingin menjadi *first-to-market*, karena didalam UKM cairan rokok elektrik, industri memerlukan kreatifitas didalam industri tersebut. Inovasi yang digunakan baik dalam cairan rokok elektrik, kemasan yang digunakan, dan inovasi yang terkait dengan produk tersebut. Terkait dengan cairan rokok elektrik tersebut, biasanya *first-to-market* mengembangkan produknya dengan rasa baru, karena didalam cairan rokok elektrik sendiri sangat banyak variasi rasa yang di keluarkan UKM cairan rokok elektrik, baik rasa *strawberry*, *blueberry*, *chocolate*,

ice cream, mochi, tobacco, dan sebagainya. Inovasi yang dimaksud salah satu contohnya adalah Strawberry, strawberry yang dikeluarkan setiap UKM cairan rokok elektrik pasti mempunyai ciri khas sendiri-sendiri, dikarenakan cairan rokok elektrik mempunyai menu resep yang berbeda-beda, ada yang *strawberry* manis, selai *strawberry*, *strawberry ice cream*. Keunikan yang diberikan industri tersebut akan mencapai suatu keunggulan jika rasa tersebut dapat diterima dan sesuai dengan keinginan dari konsumen. Hal ini akan mendorong industri lain untuk menciptakan produk dan inovasi baru untuk mengalahkan para pesaingnya.

Dalam orientasi kepemimpinan, ada perusahaan yang mengikuti *second-to-market*, yaitu perusahaan yang menggunakan kemampuan internal dan eksternal untuk mengembangkan produknya, *second-to-market* merupakan industri yang kedua yang memasuki pasar, *second-to-market* akan memonitoring inovasi baru dari pesaing dan mengikuti inovasi tersebut. Contohnya saja pada inovasi baru pada rasa mochi, *second-to-market* akan mengikuti rasa tersebut demi mencapai keunggulan.

Bagi industri yang *late-entrant* (bersikap peniru), orientasi pada perusahaan tersebut bersifat meng-*copy*, inovasi yang digunakan bersifat menambah fungsi produk yang di tiru, dan bersaing dengan harga rendah. Didalam UKM cairan rokok elektrik, industri yang menjadi *late-entrant* (bersikap meniru) sangat banyak, industri ini akan meng-*copy* rasa yang dikeluarkan suatu industri pesaing dan meniru secara garis besar terkait dengan apa yang akan ditiru, baik dari segi rasa dan kemasan, merk, dan sebagainya. Selain itu, *late-entrant* akan menjual dengan harga yang lebih rendah. Salah satu contohnya didalam cairan rokok elektrik, perusahaan yang mengeluarkan inovasi baru seperti rasa mochi, *late-entrant* akan meng-*copy* produk tersebut dan menjual dengan harga yang lebih rendah dan menambahkan fungsi dari produk tersebut, karena

dengan bersaing dengan harga yang lebih rendah akan membuat produk dari industri *late-entrant* tersebut lebih diminati.

Dimensi kedua yaitu inovasi proses, inovasi proses menggambarkan perubahan dalam cara organisasi memproduksi produk atau jasa akhir dari suatu perusahaan (Cooper, 1998). Dalam UKM cairan rokok elektrik, inovasi proses tentunya sangat diperlukan dalam memproduksi produk, hal ini terlihat dari sistem dalam pembuatan cairan rokok elektrik, dan dapat dengan jelas dilihat ketika inovasi proses terjadi pada saat pertama kali cairan rokok elektrik dibuat menggunakan alat mixing menggunakan magnet. Pada saat ini, pada sebagian UKM cairan rokok elektrik sudah menggunakan alat mixing yang lebih modern, tentunya dapat membuat cairan rokok elektrik lebih cepat matang, karena pada dasarnya cairan rokok elektrik harus di diamkan selama 10 hari di tempat yang jauh dari cahaya guna mendapatkan rasa yang stabil dan lebih baik setelah melewati proses mixing menggunakan mixing magnet. Akan tetapi, cairan rokok elektrik jika menggunakan alat mixing yang lebih modern, akan membuat cairan rokok elektrik menjadi lebih cepat matang dan alat mixing yang lebih modern dapat menyingkat waktu mixing cairan tersebut. pada dasarnya, ketika menggunakan alat mixing magnet, cairan rokok elektrik yang dibuat menggunakan alat mixing magnet memerlukan waktu 10 menit agar dapat tercampur dengan baik dan merata, sedangkan ketika menggunakan alat mixing yang lebih modern dapat mempersingkat waktu, yaitu hanya dengan 2 menit agar dapat tercampur dengan baik dan merata. Oleh karena itu, inovasi proses dapat menekan biaya serta meningkatkan produksi.

Inovasi produk, yang merupakan sebuah ide praktek atau objek yang dipahami sebagai suatu yang baru oleh masing-masing individu atau unit pengguna lainnya. inovasi produk berarti memperkenalkan produk - produk baru berupa barang dan jasa atau perbaikan dalam produk dan jasa yang sudah ada (Polder *et al*, 2010). Didalam UKM cairan rokok elektrik,

inovasi produk tentunya merupakan hal yang memang harus dilakukan setiap industri, memperkenalkan produk-produk baru memang merupakan suatu hal yang dibutuhkan konsumen, didalam UKM cairan rokok elektrik, inovasi juga berguna agar dapat menghindari suatu hal yang monoton dalam hal rasa pada cairan rokok elektrik. Selain itu, inovasi produk juga menyangkut pada perbaikan didalam produk yang sudah ada. Dalam industri cairan rokok elektrik, inovasi produk yang terkait dengan perbaikan cairan rokok elektrik sering terjadi pada cairan itu sendiri maupun pada botol yang digunakan. Pada cairan rokok elektrik, perbaikan dalam produk merupakan suatu hal yang dilakukan guna untuk menyempurnakan produk itu sendiri, salah satu contohnya ketika pembuatan rasa strawberry, rasa yang pertama kali ada pada cairan rokok elektrik ini terlalu manis, maka inovasi produk yang terjadi didalamnya yaitu perbaikan produk, perbaikan yang dilakukan baik seperti pengurangan rasa manis maupun pengubahan karakter manis pada cairan rokok elektrik itu sendiri agar menjadi lebih baik.

Selain dari inovasi terhadap produk pada cairan rokok elektrik, mempunyai karyawan yang bertanggung jawab dan berkompeten juga menjadi salah satu syarat agar produk dapat dibuat dengan baik. Yaitu terkait dengan implementasi inovasi, dalam suatu organisasi dapat diartikan sebagai proses memperoleh karyawan yang tepat dan bertanggung jawab dalam menggunakan inovasi (Klein dan Sorra, 1996). Karyawan yang bertanggung jawab merupakan kunci dalam menggunakan inovasi, salah satunya ketika suatu industri dapat mengandalkan karyawannya ketika berinovasi dalam suatu produk, dan bertanggung jawab dengan inovasi yang sedang dijalankan.

Dalam keadaan yang kompetitif, setiap pelaku industri dituntut untuk menerapkan strategi inovasi agar dapat unggul dalam persaingan. karena persaingan yang sangat ketat, pelaku industri harus memiliki sumber daya manusia yang memadai mampu dalam bidangnya agar

strategi inovasi dapat berjalan dengan baik dan bekerja sesuai tujuan dari industri tersebut. Inovasi juga merupakan aspek penentu terhadap kinerja perusahaan. Inovasi produk membuat para pelaku industri untuk bekerja secara lebih agar dapat berinovasi dengan baik, maka dari itu, sumber daya manusia yang dibutuhkan harus memiliki kompetensi lebih dan bertanggung jawab dalam pekerjaannya.

Pada saat ini, industri rokok elektrik sedang berkembang dan sangat berpotensi dalam hal bisnis, oleh karena itu menyebabkan individu dan organisasi bergerak dalam industri rokok elektrik, khususnya dalam pembuatan cairan rokok elektrik. Seiring tingginya permintaan konsumen yang menggunakan rokok elektrik, para industri cairan rokok elektrik dituntut untuk melakukan inovasi, baik dalam rasa pada cairan rokok elektrik tersebut, seperti yang dulunya rasa stroberi, dan sekarang permintaan pasar yang meminta rasa lain seperti rasa stroberi yang di campur dengan rasa pisang. kandungan yang dibutuhkan seperti nikotin, kemasan yang menarik dan desain yang bagus.

Oleh karena itu, berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh strategi inovasi terhadap kinerja operasional dengan melakukan studi kasus pada UKM cairan rokok elektrik di Yogyakarta.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Apakah orientasi kepemimpinan berpengaruh positif terhadap kinerja operasional?
- b. Apakah inovasi proses berpengaruh positif terhadap kinerja operasional?
- c. Apakah inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional?

- d. Apakah implementasi inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja operasional?

3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh positif orientasi kepemimpinan terhadap kinerja operasional.
- b. Untuk mengetahui pengaruh positif inovasi proses terhadap kinerja operasional.
- c. Untuk mengetahui pengaruh positif inovasi produk terhadap kinerja operasional.
- d. Untuk mengetahui pengaruh positif implementasi inovasi terhadap kinerja operasional.

4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian ini adalah:

- a. Secara teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan untuk dapat mempelajari dan menerapkan pembelajaran terkait strategi inovasi dalam kinerja operasional

- b. Bagi perusahaan

Melalui penelitian ini diharapkan untuk dapat menjadi bahan pertimbangan industri yang sudah atau akan melakukan strategi inovasi dengan memperhatikan faktor orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, implementasi inovasi agar meningkatkan kinerja operasional.

II. URAIAN PENELITIAN

UKM Cairan Rokok Elektrik

Cairan rokok elektrik merupakan suatu zat yang digunakan dalam rokok elektrik, yang berfungsi sebagai zat cair yang akan diubah menjadi uap (menyerupai asap). Cairan rokok elektrik terbuat dari *pg*, *vg*, *essence*, *sweetener* and *nicotine*. Semua bahan cairan rokok

elektrik berasal dari bahan makanan, seperti tomat dan terong. Cairan rokok elektrik sudah menjadi bisnis yang merambat ke seluruh dunia. Menurut survey APVI, Indonesia merupakan negara kedua terbesar yang menggunakan cairan rokok elektrik setelah Amerika.

Para UKM cairan rokok elektrik melakukan inovasi dengan mengubah rasa pada cairan rokok elektrik itu sendiri, dan selalu berinovasi sesuai dengan selera para pengguna rokok elektrik. Rasa pada rokok elektrik antara lain seperti stroberi, mochi, mangga, blueberry, kopi, dan sangat banyak varian rasa lainnya. Selain inovasi rasa pada cairan rokok elektrik, inovasi didalam rokok elektrik juga dapat dilakukan pada kemasannya, ukurannya, dan nicotine yang terkandung didalamnya.

Indikator Penelitian

Orientasi Kepemimpinan (X₁)

Dimensi ini menunjukkan apakah suatu perusahaan mengikuti *a first-to market* (pertama masuk pasar), *second-to-market* (kedua masuk pasar), atau *late-entrant* (sebagai pengikut), *imitator posture* (bersikap peniru) dalam kegiatan inovasi (Porter, 1990).

Inovasi Proses (X₂)

Besan et al (2017:3) mengatakan bahwa inovasi proses merupakan perubahan dalam hal-hal cara dimana produk berupa barang dan jasa yang dibuat dan ditawarkan.

Inovasi Produk (X₃)

Menurut Sumarwan (2010), inovasi merupakan sebuah ide, praktek, atau objek yang dipahami sebagai suatu yang baru oleh masing-masing individu atau unit pengguna lainnya.

Implementasi Inovasi (X₄)

Klein dan Sorra (1996) dapat mengkartikan implementasi inovasi dalam suatu organisasi sebagai proses memperoleh karyawan yang tepat dan bertanggung jawab dalam menggunakan inovasi.

Kinerja Operasional (Y)

Kinerja operasional peneliti mengacu pada pendapat Schroeder (1993) yang mengatakan bahwa pengukuran kinerja yang tepat sebaiknya diperoleh dari hasil penerapan operasi dan bisnis, yang ditunjukkan dengan kualitas, biaya, delivery, fleksibilitas, dan inovasi.

III. METODE PENELITIAN

Populasi merupakan sekumpulan satuan analisis yang terdapat didalamnya terkandung informasi yang ingin diketahui, menurut Umar (2005). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UKM cairan rokok elektrik di Yogyakarta.

Menurut Umar (2005) sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk dilibatkan dalam penelitian, melalui sampel diharapkan peneliti mengetahui informasi populasi. Metode pengambilan sampel yang diterapkan adalah secara *convenience sampling*. Metode ini paling mudah dan cepat dilakukan. Penentuan sampel dalam penelitian kuantitatif dilakukan saat peneliti mulai memasuki lapangan dan selama penelitian berlangsung. Caranya yaitu peneliti memilih orang tertentu yang dipertimbangkan akan memberikan data yang diperlukan, selanjutnya berdasarkan data atau informasi yang diperoleh dari sampel sebelumnya, peneliti dapat menetapkan sampel lainnya yang dipertimbangkan akan memberikan data lebih lengkap (Sugiyono, 2012). Adapun jumlah sampelnya adalah 30-100 pemilik atau manajer UKM cairan rokok elektrik di Yogyakarta. Pengolahan data dari penelitian yang dilakukan menggunakan alat analisis berupa aplikasi sistem pengolahan data SPSS versi 22 Untuk mengetahui hubungan antar variabel yang dihasilkan dari data penelitian yang telah diolah.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Nilai r_{hitung} dari semua item pada validitas $> r_{tabel}$, maka butir-butir instrumen penelitian tersebut dinyatakan valid. Sehingga semua butir instrumen pertanyaan yang berhubungan dengan variabel Store Layout, Kualitas Pelayanan dan Keputusan beli dinyatakan valid sehingga pertanyaan-pertanyaan yang tertuang dalam angket penelitian dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai Cronbach's *Alpha* dan *composite reliability* instrumen dari masing-masing variabel yang diuji. Apabila nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih besar dari 0,60, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan *reliabel*. Jika nilai *Cronbachs Coefficient Alpha* lebih kecil 0,60, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan tidak *reliable*.

Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Nilai R sebesar 0,838 menunjukkan bahwa variabel orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, dan impementasi inovasi secara bersama-sama berkorelasi sebesar 83,8% terhadap kinerja operasional.

Nilai *adjusted R square* (R^2) sebesar 0.680 menunjukkan bahwa besarnya peran atau kontribusi variabel orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, dan impementasi inovasi mampu menjelaskan variabel kinerja operasional sebesar 68,0% sedangkan sisanya 32,0% dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel di atas.

Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat ditunjukkan pada Tabel 4.11 sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

1	Regression	259,190	4	64,797	32,381	,000 ^b
	Residual	110,060	55	2,001		
	Total	369,250	59			

a. Dependent Variable: kinerja_opresional

b. Predictors: (Constant), implementasi_inovasi, orientasi_kepemimpinan, Inovasi_proses, Inovasi_produk

Sumber : Hasil Olah Data, 2018

Dari tabel diatas dapat di uji hipotesis sebagai berikut:

H0 : Tidak terdapat pengaruh orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, implementasi inovasi terhadap kinerja operasional

H1: Terdapat pengaruh orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, implementasi inovasi terhadap kinerja operasional

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel di atas, diperoleh nilai p-value hasil uji F sebesar 0.000. Dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ atau ($0,000 < 0,05$), maka Ho ditolak; yang berarti ada pengaruh pengaruh orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, implementasi inovasi terhadap kinerja operasional terhadap kepuasan konsumen.

Pengujian Parsial (Uji-t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hasil uji t-test dapat ditunjukkan pada Tabel berikut. Uji hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, implementasi inovasi terhadap kinerja operasional.

Tabel 4.12
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	,027	,009		,009	,993
orientasi_kepemimpinan	-,029	-,480	-,036	-,480	,633
1 Inovasi_proses	,306	3,524	,296	3,524	,001
Inovasi_produk	,606	5,397	,483	5,397	,000
implementasi_inovasi	,455	3,486	,289	3,486	,001

a. Dependent Variable: kinerja_opresional

Sumber : Hasil olah data, 2018

Dari tabel diatas dapat di uji hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh Orientasi Kepemilikan terhadap Kinerja Operasional

H₀: b₁ = 0 Tidak ada pengaruh orientasi kepemilikan terhadap kinerja operasional

H₁: b₁ ≠ 0 ada pengaruh orientasi kepemilikan terhadap kinerja operasional

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel diatas, diperoleh nilai p-value hasil uji-t dari variabel orientasi kepemilikan sebesar -0,029. Dikarenakan nilai *p-value* lebih besar dari tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ atau (0,633 > 0,05), maka H₀ diterima ; yang berarti tidak ada pengaruh orientasi kepemilikan terhadap kinerja operasional.

2. Pengaruh Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasional

H₀: b₁ = 0 Tidak ada pengaruh inovasi proses terhadap kinerja operasional

H₁: b₁ ≠ 0 ada pengaruh inovasi proses terhadap kinerja operasional

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel diatas, diperoleh nilai p-value hasil uji-t dari variabel inovasi proses sebesar 0,306. Dikarenakan nilai *p-value*

lebih kecil dari tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ atau ($0,001 < 0,05$), maka H1 diterima ; yang berarti ada pengaruh inovasi proses terhadap kinerja operasional.

3. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional

H₀ : $b_1 = 0$ Tidak ada pengaruh inovasi produk terhadap kinerja operasional

H₁ : $b_1 \neq 0$ ada pengaruh inovasi produk terhadap kinerja operasional

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel diatas, diperoleh nilai p-value hasil uji-t dari variabel inovasi produk sebesar 0,606. Dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ atau ($0,000 < 0,05$), maka H1 diterima ; yang berarti ada pengaruh inovasi produk terhadap kinerja operasional.

4. Pengaruh Implementasi Inovasi terhadap Kinerja Operasional

H₀ : $b_1 = 0$ Tidak ada pengaruh implementasi inovasi terhadap kinerja operasional

H₁ : $b_1 \neq 0$ ada pengaruh implementasi inovasi terhadap kinerja operasional

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel diatas, diperoleh nilai p-value hasil uji-t dari variabel implementasi inovasi sebesar 0,455. Dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ atau ($0,001 < 0,05$), maka H1 diterima ; yang berarti ada pengaruh implementasi inovasi terhadap kinerja operasional.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh orientasi kepemimpinan terhadap kinerja operasional tetapi tidak signifikan, hal ini dibuktikan dari hasil uji-t pada variabel orientasi kepemimpinan kinerja operasional dengan signifikansi sebesar $0,633 > 0,05$. Dari nilai tersebut, dapat

mengindikasikan bahwa orientasi kepemimpinan berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kinerja operasional.

2. Terdapat pengaruh yang signifikan inovasi proses terhadap kinerja operasional, hal ini dibuktikan dari hasil uji-t pada inovasi proses terhadap kinerja operasional dengan signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Dari nilai tersebut, dapat mengindikasikan bahwa inovasi proses berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan inovasi produk terhadap kinerja operasional, hal ini dibuktikan dari hasil uji-t pada inovasi produk terhadap kinerja operasional dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dari nilai tersebut, dapat mengindikasikan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan implementasi inovasi terhadap kinerja operasional, hal ini dibuktikan dari hasil uji-t pada implementasi inovasi terhadap kinerja operasional dengan signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Dari nilai tersebut, dapat mengindikasikan bahwa implementasi inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas maka dapat disarankan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis diperoleh semua variable penelitian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional kecuali orientasi kepemimpinan, sehingga dapat disarankan agar pihak UKM cairan rokok elektrik dapat lebih memperhatikan variabel orientasi kepemimpinannya untuk meningkatkan kinerja operasional UKM cairan rokok elektrik di Yogyakarta.
2. Berdasarkan nilai koefisien determinasi secara keseluruhan diperoleh pengaruh variabel orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, dan implementasi

inovasi mampu menjelaskan dan memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel kinerja operasional UKM cairan rokok elektrik di Yogyakarta. Namun masih terdapat variabel-variabel lain yang memberikan kontribusi atau peranan terhadap kinerja operasional diluar keempat variabel di atas, dengan demikian dapat disarankan untuk penelitian selanjutnya peneliti bisa menemukan dan mengukur variabel-variabel lain diluar keempat variabel yang telah diteliti, guna meningkatkan kinerja operasional UKM cairan rokok elektrik yang dapat meningkatkan volume penjualan.