

PENGARUH INOVASI BUDAYA DAN KINERJA ORGANISASI:

INOVASI PRODUK DAN PROSES PADA UMKM DI

YOGYAKARTA

JURNAL



Oleh:

Nama : Maharezta Putra Perkasa

No. Mahasiswa : 14311518

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

**PENGARUH INOVASI BUDAYA DAN KINERJA ORGANISASI:
INOVASI PRODUK DAN PROSES PADA UMKM DI**

YOGYAKARTA

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh:

Nama : Maharezta Putra Perkasa

NIM : 14311518

Yogyakarta, November 2018

Dosen Pembimbing



Anjar Priyono, S.E., M.Si., Ph.D

PENGARUH INOVASI BUDAYA DAN KINERJA ORGANISASI: INOVASI PRODUK DAN
PROSES PADA UMKM DI
YOGYAKARTA

Maharezta Putra Perkasa

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia
Mahareztaputra96@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Inovasi Budaya dan Kinerja Organisasi: Inovasi Produk dan Proses Pada UMKM di Yogyakarta” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi budaya yang meliputi strategi, struktur, mekanisme pendukung, perilaku yang mendorong inovasi, komunikasi terhadap inovasi produk dan proses pada UMKM di Yogyakarta dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode simple random sampling di dalam pengambilan sampelnya. Teknik Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis PLS. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa secara keseluruhan inovasi budaya berpengaruh signifikan positif terhadap inovasi produk dan inovasi proses.

Kata Kunci: Inovasi Budaya, Inovasi Produk, Inovasi Proses.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Persaingan bisnis yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk menerapkan strategi bisnis yang tepat dalam menghadapi lingkungan bisnis yang turbulen, yang diindikasikan oleh proses inovasi secara terus menerus dan tingginya tingkat perubahan selera konsumen. Salah satu industri yang perlu menerapkan konsep inovasi adalah industri kecil dan menengah. Permasalahan klasik di bisnis UMKM Indonesia adalah masalah kemampuan manajerial dari para pelaku UMKM tersebut yang belum optimal.

Pengertian Usaha Menengah menurut Badan Pusat Statistik dalam Sriyana (2010) adalah usaha yang memiliki tenaga kerja antara 20 orang hingga 99 orang. Sedangkan Usaha Menengah sebagaimana dimaksud Inpres No.10 tahun 1998 adalah usaha bersifat produktif yang memenuhi kriteria kekayaan usaha bersih lebih besar dari Rp.200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak sebesar Rp.10.000.000.000,00, (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta dapat menerima kredit dari bank sebesar Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) s/d Rp.5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah).

Inovasi merupakan sumber pedoman keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan pedoman untuk perkembangan ekonomi, sehingga menjadi pedoman untuk perusahaan yang fokus pada pasar. Budaya organisasi merupakan salah satu faktor yang dapat merangsang untuk berinovasi (Martins & Terblanche, 2003).

(Chase, Aquilano, & Jacobs, 1998) mengatakan bahwa di dalam konsep operasi, strategi inovasi meningkatkan organisasi untuk sampai pada level kompetitif yang berdasarkan pada non price factors competition antara lain kualitas, *delivery*, reliabilitas dan *responsiveness*. Karena hal ini maka strategi inovasi dalam konteks operasi dapat diimplementasikan pada industri yang berorientasi pada *profit* dan *non profit* seperti industri manufaktur, industri jasa dan organisasi lainnya. Dalam era global untuk dapat bersaing dalam persaingan global maka terdapat hal yang patut diperhatikan untuk peningkatan produktivitas dan penciptaan *competitive* khususnya inovasi dan pengembangan produk pada perusahaan manufaktur. Penciptaan, pemilihan, dan pengembangan/peningkatan produk, proses dan teknologi merupakan contoh dari Inovasi manufaktur (Zahra & Das, 1993).

Penelitian yang berhubungan dengan strategi inovasi merupakan penelitian yang berkembang terus-menerus dan dampaknya akan menimbulkan ide atau gagasan baru yang berpotensi untuk diteliti lebih lanjut. Hal-hal yang menjadi alasan antara lain: pertama, perlu adanya dinamisasi lingkungan yang menyebabkan perusahaan harus melakukan inovasi secara berkelanjutan. Kedua, terdapat literature dan data empiris yang membuktikan bahwa inovasi perusahaan memiliki dampak yang positif terhadap kinerja perusahaan (Zahra dan Das, 1993).

Dengan inovasi tersebut sehingga dapat mempengaruhi kinerja bisnis pada organisasi. Kunci pokok guna bertahan pada era yang mengglobal ini adalah kinerja bisnis. Inovasi merupakan salah satu faktor penentuan kinerja bisnis suatu perusahaan. Dengan adanya persaingan yang tinggi dan kemajuan teknologi yang begitu cepat, inovasilah yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja bisnis di perusahaan.

Perusahaan apabila ingin menciptakan produk yang berkualitas maka sebaiknya dapat menerapkan inovasi yang tinggi pada proses dan juga produknya. Kinerja perusahaan ditentukan dari bagaimana kualitas produk yang di hasilkan oleh perusahaan agar dapat menambah kemampuan bersaing perusahaan. Konsep yang baru pertama kali dipraktekkan dalam suatu kultur yang antara lain meliputi proses teknologis, manajerial dan social yang itu semua bagian dari inovasi. Karena pada era Global ini inovasi menjadi kunci untuk menghadapi persaingan (C. Klein & Gomes, 2016)

(Swan *et al.*, 1999) menyatakan bahwa tujuan utama dari proses inovasi yaitu memberikan dan menyalurkan nilai yang lebih unggul pada pelanggan. Dan fokus utama inovasi yaitu menghasilkan sebuah gagasan yang baru, dan kemudian diimplementasikan pada produk baru serta proses baru. Ada dua pendekatan pada inovasi, strukturalis dan proses. Pendekatan Proses inovasi dilihat sebagai suatu yang kompleks, seringkali melibatkan berbagai kelompok sosial yang ada dalam organisasi, sedangkan Pendekatan Strukturalis adalah inovasi sebagai suatu unit dengan parameter yang tetap seperti praktek manajemen dan teknologi.

Kemampuan inovasi merupakan kemampuan organisasi untuk mengadopsi atau mengimplementasikan gagasan baru, proses dan produk baru. Di sisi lain Inovasi cenderung merupakan aspek budaya organisasi yang terbuka terhadap adanya sebuah gagasan yang baru (Hurley & Hult, 1998).

Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas, penelitian skripsi ini bertujuan memaparkan akan pentingnya sebuah inovasi pada perusahaan. Maka peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai inovasi dengan judul **“PENGARUH INOVASI BUDAYA DAN KINERJA ORGANISASI: INOVASI PRODUK DAN PROSES PADA UMKM DI YOGYAKARTA”**

Rumusan Masalah dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut ini :

1. Apakah budaya inovasi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja dalam inovasi produk pada industri UMKM di Yogyakarta?
2. Apakah budaya inovasi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja dalam inovasi proses industri UMKM di Yogyakarta?

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh budaya inovasi terhadap kinerja dalam inovasi produk dan inovasi proses pada industri UMKM di Yogyakarta

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Dimensi Budaya Inovasi

Menurut Martins & Terblanche (2003) model ini memberikan visi awal untuk meningkatkan pemahaman tentang variabel yang mempengaruhi dimensi budaya inovasi antara lain:

- a. **Strategi:** menunjukkan bahwa misi dan visi, ketika didefinisikan dengan baik, mempengaruhi penciptaan budaya yang kuat, membimbing perilaku dan tindakan aktor organisasi. Prinsip-prinsip yang jelas memudahkan pemahaman mereka yang terlibat dalam organisasi, membuat mereka berjalan ke arah yang sama. Tujuan dan sasaran organisasi mengekspresikan nilai-nilai organisasi dan dapat mendorong atau menghalangi inovasi. Inovasi terjadi dalam organisasi dengan misi dan visi yang berfokus pada klien,

proses manajemen, kepemimpinan dan mekanisme pendukung (Martins & Terblanche, 2003).

- b. **Struktur:** Meskipun struktur organisasi didefinisikan sebagai jumlah bagian-bagian yang berbeda dari suatu bisnis, beberapa organisasi mengakui bahwa kelompok yang berbeda bertindak dengan cara yang tidak biasa, menghalangi perkembangan inovasi. Ukuran organisasi adalah salah satu faktor yang memengaruhi struktur dan proses inovasi. Organisasi besar memiliki beberapa keuntungan, seperti ketersediaan sumber daya yang lebih besar. Namun, mereka mungkin lebih birokratis dan kurang fleksibel, menjadi lebih tahan terhadap perubahan. Fleksibilitas industri tekstil dapat dilihat dalam angkatan kerja, yang multi-tugas. Fleksibilitas ini juga dapat dilihat dalam produksi (C. Klein & Gomes, 2016).
- c. **Mekanisme pendukung:** Mekanisme pendukung harus memadukan budaya organisasi untuk menciptakan lingkungan dengan kondisi untuk mendorong kreativitas dan inovasi (Martins & Terblanche, 2003). Penghargaan dan pengakuan, serta informasi dan kreativitas adalah mekanisme yang melakukan fungsi ini. Budaya organisasi yang mendorong kreativitas dan inovasi harus memungkinkan fleksibilitas waktu sehingga karyawan dapat terinspirasi dan kreativitas dapat menjadi lebih jelas. Teknologi informasi adalah fitur yang digunakan untuk inovasi kinerja yang menguntungkan (Martins & Terblanche, 2003).
- d. **Perilaku yang mendorong inovasi:** Toleransi kesalahan sangat penting dalam pengembangan budaya organisasi yang bertujuan untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi. Menghargai keberhasilan dan mengenali serta merayakan kegagalan menyebabkan fakta-fakta diingat, dan orang-orang dapat belajar dari kesalahan. Ketika karyawan didorong untuk menghasilkan ide-ide baru tanpa dirugikan, ada insentif untuk kreativitas dan inovasi. Dengan demikian, mereka merasa dikelilingi oleh atmosfer tanggung jawab oleh kinerja yang menguntungkan dari pengembangan organisasi, yang didasarkan pada tim multidisiplin yang memberikan perasaan dukungan kepada anggota (Martins & Terblanche, 2003).
- e. **Komunikasi:** Budaya organisasi yang menyajikan komunikasi yang jelas, berdasarkan kepercayaan, memiliki pengaruh positif pada kreativitas dan pengembangan inovasi. Merasa percaya diri dan aman secara emosional dalam organisasi, karyawan dapat

menyimpang di beberapa titik, memungkinkan kemungkinan-kemungkinan baru itu dikandung dengan cara yang kreatif dan inovatif. Ini terjadi ketika para pemangku kepentingan yakin, memungkinkan komunikasi terbuka (Martins & Terblanche, 2003). Penciptaan komunikasi antara kelompok-kelompok yang berbeda atau tingkat hierarkis menekan prosedur birokrasi, karena individu membuat proses yang dipikirkan, dan mulai terbiasa dengan kesulitan dan tujuan perusahaan secara keseluruhan. Karyawan bertindak secara kreatif dan inovatif ketika mereka merasa aman secara emosional. Dengan demikian, mereka harus saling mempercayai satu sama lain, yang, pada gilirannya, itu ditawarkan oleh komunikasi terbuka (Martins & Terblanche, 2003).

Pengertian Inovasi

Inovasi berasal dari kata *innovation* yang memiliki arti pembaruan dan perubahan. Inovasi adalah sesuatu yang selalu didambakan oleh konsumen perusahaan. Karena konsumen selalu ingin perusahaan melakukan inovasi terus menerus agar produk yang di hasilkan perusahaan berbeda dari perusahaan lainnya. Inovasi perlu dilakukan agar dapat menciptakan keunggulan bersaing. Sukses bisnis di abad milenium ditentukan oleh inovasi (Hamel, 1998)

Inovasi Produk

Inovasi produk berupa produk atau jasa baru yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan pasar. Menurut Lukas dan Ferel (2000) sebagai proses memperkenalkan teknologi baru yang dapat dijadikan sebagai alat untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Pada hal ini produk atau jasa harus diperbaharui secara berkala agar dapat memperkuat posisinya di pasar. Jenis Inovasi ini menggambarkan perubahan dalam produk dan jasa yang perusahaan tawarkan kepada pasar (Utterback, 1994).

Inovasi Proses

Inovasi proses meliputi beberapa tahap dari produk baru, jasa atau pengembangan proses, dari awal terbentuknya konsep gagasan hingga diterima di pasar. Utterback (1994) mengatakan bahwa inovasi proses memberikan gambaran perubahan pada bagaimana organisasi atau perusahaan memproduksi produk atau jasa akhir. Inovasi proses diartikan sebagai suatu elemen baru yang diperkenalkan dalam operasi produk dan jasa pada perusahaan, seperti halnya: materi

bahan baku, mekanisme, spesifikasi tugas, dan peralatan yang digunakan untuk memproduksi produk atau jasa. Utterback (1994) menambahkan bahwa Inovasi proses meliputi fungsi kualitas dan pengembangan proses bisnis (*business process reengineering*).

Kinerja Inovasi

Menurut Lawson & Samson (2001) kinerja inovasi didefinisikan sebagai keunggulan kompetitif yang di dapat dari ide-ide kreatif untuk menghasikan kualitas, efisiensi, kecepatan dan fleksibilitas yang berguna dalam perusahaan. Kinerja Inovasi dapat dilihat di berbagai bidang seperti perbaikan desain, perbaikan proses, dan perbaikan teknologi. Sebuah perusahaan dapat membuat berbagai jenis perubahan dalam metode kerjanya, penggunaan faktor-faktor produksi dan jenis output yang meningkatkan produktivitas dan kinerja komersialnya.

Sumber-Sumber Inovasi

Inovasi dalam bisnis tidak akan terlepas dari sumber-sumber inovasi yang ada. Menurut Drucker dalam alifuddin & Razak (2015) menggolongkan sumber inovasi menjadi tujuh macam antara lain:

- a. Hal yang tidak diperkirakan (the unexpected), yakni sukses yang tidak diperkirakan atau kegagalan yang juga tidak diperkirakan
- b. Keganjilan/Ketidaksesuaian (the incongruity) ada perbedaan antara realitas yang sebenarnya dengan kenyataan yang ada
- c. Proses Kebutuhan
- d. Perubahan Struktur pasar dan struktur industri
- e. Demografi, yaitu perubahan dalam besaran populasi, struktur usia, komposisi tenaga kerja maupun tingkat pendidikan
- f. Perubahan persepsi, suasana hati
- g. Pengetahuan baru, ilmiah atau tidak

Manfaat Inovasi

White dan Bruton (2007) menyatakan bahwa terdapat dua jenis manfaat yang diperoleh dari inovasi dan teknologi antara lain:

Manfaat inovasi bagi perusahaan

Inovasi dan teknologi mempunyai dampak baik bagi perusahaan dan berpengaruh terhadap beberapa sisi. Teknologi baru memungkinkan perusahaan dapat meminimalisir biaya dan meningkatkan jumlah produk sehingga dapat menawarkan produk perusahaan dengan jumlah yang lebih besar

Manfaat inovasi bagi masyarakat

Inovasi dan teknologi mempunyai manfaat bagi masyarakat. Dewasa ini perusahaan dalam bidang teknologi dan inovasi mempunyai prospek yang baik sehingga dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak dibanding dengan industri pada sektor lainnya

METODE PENELITIAN

Analisis Partial Least Square (PLS)

Pada Penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis pada komponen atau varian. Menurut (Ghozali & Latan, 2012) PLS merupakan pendekatan alternative yang berbeda dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis pada varian.

Ghozali (2006), berbeda dengan SEM yang pada dasarnya berbasis kovarian yang digunakan untuk menguji kausalitas/teori, PLS lebih bersifat *predictive model*. PLS merupakan metode analisis yang *powerfull* karena tidak berdasarkan pada banyak asumsi. Contohnya, data harus terdistribusi secara normal, sampel tidak harus besar.

Ghozali (2006) menambahkan tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk tujuan prediksi. Model formalnya mendefinisikan variable laten adalah linier agregat dari indicator-indikatornya. *Residual variance* dari variable dependen merupakan hasil dari spesifikasi antara *inner model* (model struktural yang menghubungkan antar variabel laten) dengan *outer model* (model pengukuran yaitu hubungan antara indikator dengan konstruksinya). *Weight estimate* merupakan cara untuk menciptakan komponeen skor variabel laten.

Ghozali dan Latan (2012) PLS telah mencapai tingkat popularitas yang tinggi saat ini dan telah banyak digunakan secara global dalam berbagai jurnal ilmiah dan penelitian yang membahas model persamaan struktural. SmartPLS 2.0 M3 merupakan salah satu software yang ada dari berbagai macam software yang menawarkan PLS yang dikembangkan oleh Professor Christian M Ringle, Sven Wende dan Alexander Will pada tahun 2005.

Uji Validitas

Validitas yang digunakan dalam penelitian ini (*content validity*) mencerminkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur. Valid berarti instrument yang digunakan dalam penelitian dapat mengukur apa yang hendak diukur (Ferdinand, 2006). Dalam melakukan pengujian validitas, digunakan sebuah alat ukur berupa program computer yaitu *SPSS for Windows 17* apabila suatu alat ukur mempunyai korelasi yang signifikan antara skor item terhadap skor totalnya maka dapat dikatakan alat skor tersebut adalah valid (Ghozali & Latan, 2012)

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur sebuah kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Dalam melakukan perhitungan alpha, digunakan sebuah alat bantu program computer yakni *SPSS For Windows 17* dengan menggunakan model alpha. Namun dalam pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrument dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 (Ghozali & Latan, 2012).

HASIL ANALISIS

UJI VALIDITAS

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan nilai AVE. Nilai AVE (*Average Variance Extraced*) harus lebih besar 0,50 itu dikatakan cukup (Ghozali, 2006). Untuk mengevaluasi validitas diskriminan digunakan software SmartPLS. Hasil uji validitas adalah sebagai berikut.

Tabel 4.6
Initial Item Loadings dan AVE

Construct	Items	Loading	AVE	Keterangan
Inovasi Proses	INPS1	0.810	0.683	Valid
	INPS2	0.890		Valid
	INPS3	0.774		Valid
Inovasi Produk	INPP1	0.657	0,618	Valid
	INPP2	0.863		Valid
	INPP3	0.879		Valid
	INPP4	0.724		Valid
Budaya Inovasi Strategi	BIST1	0.568	0,520	Valid
	BIST2	0.814		Valid
Budaya Inovasi Struktur	BISK1	0.851		Valid
	BISK2	0.703		Valid
	BISK3	0.801		Valid
Budaya Inovasi Mekanisme Pendukung	BIMP1	0.676		Valid
	BIMP2	0.698		Valid
	BIMP3	0.751		Valid
	BIMP4	0.701		Valid
Budaya Inovasi Komunikasi	BIK1	0,681		Valid
	BIK2	0,725		Valid
Perilaku yang mendorong inovasi	BIP1	0,718		Valid
	BIP2	0,609		Valid
	BIP3	0,810		Valid
	BIP4	0,814		Valid
	BIP5	0,557	Valid	
	BIP6	0,597	Valid	
	BIP7	0,805	Valid	

Sumber : data diolah, 2018

Dalam Tabel 4.10 terlihat bahwa nilai AVE seluruh variabel di atas, 0,5. Berdasarkan hasil nilai loading AVE dapat disimpulkan bahwa validitas konvergen terpenuhi. Artinya bahwa keberadaan antara korelasi antar instrumen yang berbeda semuanya cukup valid. Pemenuhan validitas diskriminan dapat dilihat dari nilai *cross loading* konstruk. Jika korelasi indikator konstruk memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi indikator tersebut terhadap konstruk lain, maka dikatakan konstruk memiliki validitas diskriminan yang tinggi (Ghozali, 2006).

Hasil pengujian validitas dengan menggunakan *cross loading* konstruk adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7
Cross Loadings

Variabel	Budaya Inovasi	Inovasi Produk	Inovasi Proses
BIST1	0.568	0.460	0.491
BIST2	0.814	0.450	0.438
BISK1	0.851	0.473	0.493
BISK2	0.703	0.469	0.498
BISK3	0.801	0.418	0.432
BIMP1	0.676	0.459	0.389
BIMP2	0.698	0.511	0.442
BIMP3	0.751	0.459	0.480
BIMP4	0.701	0.502	0.424
BIK1	0,681	0.465	0.513
BIK2	0,725	0.511	0.453
BIP1	0,718	0.611	0.473
BIP2	0,609	0.429	0.445
BIP3	0,810	0.448	0.438
BIP4	0,814	0.497	0.439
BIP5	0,557	0.421	0.349
BIP6	0,597	0.498	0.443
BIP7	0,805	0.488	0.417
INPP1	0.496	0.657	0.457
INPP2	0.407	0.863	0.479
INPP3	0.484	0.879	0.493

INPP4	0.435	0.724	0.487
INPS1	0.495	0.431	0.810
INPS2	0.544	0.434	0.890
INPS3	0.415	0.430	0.774

Pengujian validitas untuk indikator reflektif menggunakan korelasi antara skor item dengan skor konstraknya. Pengukuran dengan indikator reflektif menunjukkan adanya perubahan pada suatu indikator dalam suatu konstruk jika indikator lain pada konstruk yang sama berubah (atau dikeluarkan dari model). Indikator reflektif cocok digunakan untuk mengukur persepsi sehingga penelitian ini menggunakan indikator reflektif. Tabel di atas menunjukkan bahwa *loading factor* memberikan nilai di atas nilai yang disarankan yaitu sebesar 0,5..

UJI RELIABILITAS

Reabilitas adalah suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias dan menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen (Sekaran, 2006). Uji reliabilitas dilakukan untuk dapat mengetahui tingkat kestabilan suatu alat ukur. Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan *composite reliability* dengan menggunakan output yang dihasilkan PLS. Nilai batas yang diterima untuk tingkat reliabilitas komposit (ρ_c) adalah ≥ 0.7 , walaupun bukan merupakan standar absolut (Ghozali, 2006). Hasil pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut.

Tabel 4.8
Composite Reliability dan Korelasi Antar Konstruk

Variabel	Budaya Inovasi	Inovasi Produk	Inovasi Proses
Budaya Inovasi	0.950		
Inovasi Produk	0.907	0.865	
Inovasi Proses	0.731	0.785	0.866

Catatan : Cetak tebal adalah angka composite reliability

Tabel 4.9
Cronbach Alpha

Variabel	Cronbach Alpha
Budaya Inovasi	0.945
Inovasi Produk	0.792
Inovasi Proses	0.733

Catatan : Cetak tebal adalah angka Cronbach Alpha

Berdasarkan Tabel diatas *Composite reability* dan *cronbach alpha* menunjukkan nilai yang memuaskan yaitu nilai masing-masing variabel diatas nilai minimum yaitu 0,70. Berdasarkan nilai tersebut menunjukkan konsistensi dan stabilitas instrumen yang digunakan sangat tinggi. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa *reliabilitas* instrumen terpenuhi.

Pengujian Inner Model

Pengujian *inner model* adalah untuk mengevaluasi hubungan konstruk laten atau variabel yang telah dihipotesiskan (Ghozali, 2006). Pengujian *inner model* dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk dan nilai signifikansinya serta nilai *R-square*. Nilai *R-square* digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Berikut ini adalah perhitungan *inner model* dari data yang didapatkan dan digunakan oleh peneliti dengan menggunakan *Partial Least Square*.

Tabel 4.10
Hasil Uji R-Square

Variabel	R Square (R^2)
Inovasi Proses	0,532
Inovasi Produk	0,822

Sumber : data diolah

Model memberikan nilai *R-square* sebesar 0,532 pada variabel inovasi proses yang berarti bahwa variabel inovasi proses dapat dijelaskan oleh variabel budaya inovasi sebesar

0,532. Nilai *r-square* variabel inovasi produk sebesar 0,822 yang berarti bahwa serta variabel inovasi produk dapat dijelaskan oleh variabel budaya inovasi sebesar 0,822.

Evaluasi *Goodness of Fit*

Goodness of Fit Model diukur menggunakan R^2 variabel laten dependen dengan interpretasi yang sama dengan regresi. Q^2 predictive relevance untuk model struktural mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Rumus untuk mengukur GOF adalah sebagai berikut.

$$Q^2 = 1 - (1 - R1^2) (1 - R2^2) \dots (1 - Rp^2)$$

Hasil evaluasi GOF adalah sebagai berikut :

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,532) (1 - 0,822)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,532) (1 - 0,822)$$

$$Q^2 = 0,917$$

Yang terakhir adalah dengan mencari nilai Goodness of Fit (GoF). Berbeda dengan CB-SEM, untuk nilai GoF pada PLS-SEM harus dicari secara manual.

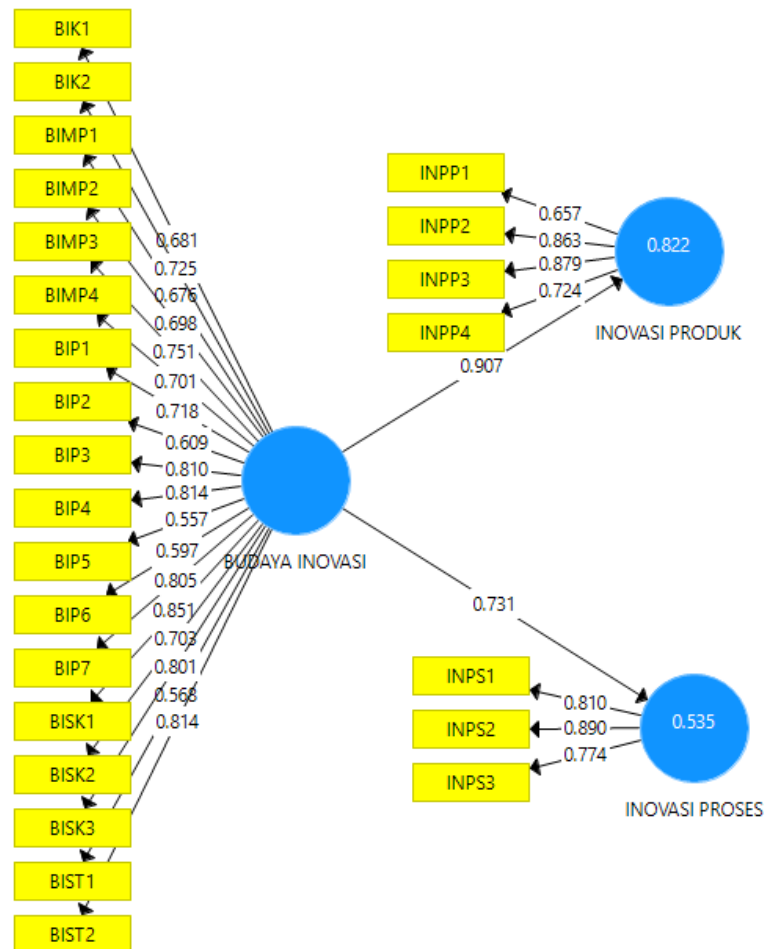
$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

$$GoF = 0,411$$

Menurut Tenenhaus (2004), nilai GoF small = 0,1, GoF medium = 0,25 dan GoF besar = 0,38. Berdasarkan hasil analisis GOF dapat disimpulkan tingkat kelayakan model penelitian adalah 41,1% mempunyai tingkat kelayakan yang besar

UJI HIPOTESIS

Gambar 4.1
Analisis Penelitian



Tabel 4.11
Signifikansi Hubungan Antar Variabel

Hipotesis	Path	Path coefficient	t -Value	p-value	Result
H1	BI -> INPP	0.907	70,108***	0,000	Ha1 didukung
H2	BI -> INPS	0.731	18,772***	0,000	Ha2 didukung

Catatan : ***) Signifikan pada tingkat signifikansi 5%

Pengujian Hipotesis Pertama

Dari Tabel 4.10 parameter hubungan antara variabel budaya inovasi terhadap inovasi produk adalah sebesar 0,907 dan nilai T-statistik sebesar 70,108 (T-Statistic > t-tabel yaitu sebesar 1,98) dengan nilai pvalue 0,000 < 5%. Sehingga dapat diartikan bahwa budaya inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi produk.

Pengujian Hipotesis Kedua

Dari Tabel 4.10 parameter hubungan antara variabel budaya inovasi terhadap inovasi proses adalah sebesar 0,731 dan nilai T-statistik sebesar 18,772 (T-Statistic > t-tabel yaitu sebesar 1,98) dengan nilai pvalue 0,000 < 5%. Sehingga dapat diartikan bahwa budaya inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi proses.

Pengaruh Budaya Inovasi Terhadap Inovasi Produk.

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa budaya inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi produk. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi budaya inovasi akan meningkatkan inovasi produk demikian pula sebaliknya.

Tujuan dari organisasi untuk memberikan nilai-nilainya dan dapat mendorong atau menghambat inovasi (Arad et al., 1997). Penggunaan teknologi informasi adalah sumber daya untuk kinerja yang menguntungkan dari inovasi karena mempromosikan permulaan kreativitas dan inovasi (Martins & Terblanche, 2003). Toleransi terhadap kesalahan memberi keamanan kepada karyawan, dan kebiasaan menghargai kesuksesan dan mengenali dan merayakan kegagalan

mengingatkan kembali peristiwa, mempromosikan diskusi dan pembelajaran (Tushman & O'Reily, 1997).

Inovasi yang dilakukan pada produk sangat diperlukan dengan tujuan untuk mempertahankan minat beli konsumen. Inovasi produk yang dilakukan secara efektif dengan intensitas yang tinggi dapat menentukan kinerja pasar dalam sebuah perusahaan. Inovasi produk yang semakin tinggi akan mempengaruhi kinerja pasar dan selanjutnya meningkatkan keunggulan bersaing berkelanjutan.

Inovasi produk berarti mengenalkan produk / jasa baru atau penyempurnaan pada produk / layanan yang ada (Polder et.al, 2010). Inovasi produk dapat berupa produk baru atau produk lama yang ditingkatkan secara signifikan sesuai dengan fiturnya, penggunaan yang diinginkan, perangkat lunak, user-friendly atau komponen dan material. Salah satu contoh inovasi produk adalah kamera digital pertama dan mikroprosesor . Perubahan desain yang membawa perubahan signifikan pada penggunaan atau karakteristik produk yang diinginkan juga dianggap sebagai inovasi produk (Hassan, Shaukat, Nawaz, & Naz, 2013). Inovasi produk memiliki banyak dimensi. Pertama, dari sisi pelanggan, produk baru bagi pelanggan. Kedua, dari sudut pandang perusahaan, produk itu baru bagi perusahaan. Ketiga, modifikasi produk berarti variasi produk brining pada produk yang ada dari perusahaan. Perusahaan membawa inovasi produk untuk membawa efisiensi dalam bisnis. Di lingkungan yang sangat kompetitif saat ini, perusahaan harus mengembangkan produk baru sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Tujuan inovasi produk adalah untuk menarik pelanggan baru. Perusahaan mengenalkan produk baru atau memodifikasi produk yang ada sesuai kebutuhan pelanggan. Siklus hidup produk yang lebih pendek dari produk memaksa perusahaan untuk membawa inovasi dalam produk. Di lingkungan persaingan perusahaan membawa inovasi produk untuk bersaing di pasar. Inovasi produk menghadapi

persaingan yang rendah pada saat diperkenalkan dan itulah sebabnya ia memperoleh keuntungan yang tinggi. Perusahaan membawa inovasi produk untuk memuaskan pelanggan mereka. Inovasi produk tercermin dari kinerja fungsional. Inovasi produk merupakan salah satu faktor kunci yang berkontribusi terhadap kesuksesan sebuah organisasi. Pengembangan produk dan inovasi produk merupakan strategi penting untuk meningkatkan pangsa pasar dan kinerja bisnis. Studi menunjukkan bahwa pengembangan produk baru berdampak positif terhadap kinerja perusahaan (Hassan et al., 2013)

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Padilla dan Gomes (2016) budaya inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi produk berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat.

Pengaruh Budaya Inovasi Terhadap Inovasi Proses

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa budaya inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi proses. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi budaya inovasi akan meningkatkan inovasi proses demikian pula sebaliknya.

Inovasi proses didefinisikan sebagai suatu elemen baru yang diperkenalkan dalam operasi produk dan jasa dalam perusahaan, seperti materi bahan baku, spesifikasi tugas, mekanisme, maupun peralatan yang digunakan untuk memproduksi produk atau jasa (Damanpour, 1991). Inovasi proses menggambarkan perubahan dalam cara organisasi memproduksi produk atau jasa akhir dari suatu perusahaan. Inovasi proses mencakup tahapan dari produk baru, jasa atau pengembangan proses, dari konsepsi gagasan sampai dengan penerimaan di pasar.

Inovasi proses berarti memperbaiki metode produksi dan logistik secara signifikan atau membawa perbaikan signifikan dalam kegiatan pendukung seperti pembelian, akuntansi, pemeliharaan dan komputasi (Polder et al., 2010). Hassan et al. (2013) mendefinisikan inovasi proses sebagai implementasi metode produksi atau pengiriman yang baru atau meningkat secara

signifikan. Inovasi proses mencakup peningkatan peralatan, teknologi dan perangkat lunak produksi atau metode penyampaian yang signifikan. Perusahaan membawa hal baru dalam metode produksi dan pengiriman untuk membawa efisiensi dalam bisnis. Metode baru setidaknya harus ke organisasi dan organisasi belum pernah menerapkannya sebelumnya. Perusahaan dapat mengembangkan proses baru dengan sendirinya atau dengan bantuan perusahaan lain (Hassan et al., 2013)

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Padilla dan Gomes (2016) budaya inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi proses.

PENUTUP

1. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa budaya inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi produk. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi budaya inovasi akan meningkatkan inovasi produk demikian pula sebaliknya.
2. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa budaya inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi proses. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi budaya inovasi akan meningkatkan inovasi proses demikian pula sebaliknya.

Berdasarkan hasil penelitian maka saran penelitian ini adalah sebagai berikut, antara lain:

1. Saran untuk penelitian yang selanjutnya agar menggunakan manajer dari Perusahaan Multinasional.
2. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya mengembangkan penelitian dengan melakukan wawancara tentang budaya inovasi

DAFTAR PUSTAKA

- Chase, R. B., Aquilano, N. J., & Jacobs, F. (1998). *Operations Management for Competitive Advantage*. Boston: Mc Graw- Hill International Edition.
- Damanpour, F. (1991). Organizational Innovation: a Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555–590. <https://doi.org/10.2307/256406>
- Ferdinand, A. (2000). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Square “Konsep, Teknik dan Aplikasi” SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hamel, G. (1998). Strategy innovation and the quest for value. *Sloan Management Review*, 39(2), 7–14. Retrieved from papers3://publication/uuid/26551DD8-F6CC-4DE7-B973-728EC9990BCD
- Hassan, M. U., Shaukat, S., Nawaz, M. S., & Naz, S. (2013). Effects of Innovation Types on Firm Performance: an Empirical Study on Pakistan’s Manufacturing Sector. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 7(2), 243–262.
- Klein, C., & Gomes, G. (2016). Innovation culture and performance in innovation of products and processes : a study in companies of textile industry. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(4), 285–294. <https://doi.org/10.1016/j.rai.2016.09.004>
- Lawson, B., & Samson, D. (2001). Developing Innovation Capability in Organisations: a Dynamic Capabilities Approach. *International Journal of Innovation Management*, 05(03), 377–400. <https://doi.org/10.1142/S1363919601000427>
- Martins, E. C., & Terblanche, F. (2003). Building organisational culture that stimulates creativity and innovation. *European Journal of Innovation Management*, 6(1), 64–74. <https://doi.org/10.1108/14601060310456337>

- Polder, M., van Leeuwen, G., Mohnen, P., & Raymon, V. (2010). *Product, process and organizational innovation: drivers, complementarity and productivity effects*. *Accounting* (Vol. 20). <https://doi.org/10.1111/j.1467-629X.1980.tb00220.x>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.
- Sriyana, J. (2010). Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) : Studi Kasus di Kabupaten bantul. In *Simposium Nasional 2010: Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif* (pp. 45–51).
- Zahra, S., & Das, S. (1993). Innovation strategy and financial performance in manufacturing companies: An empirical study. *Production and Operations Management*, 2(I), 15–37. <https://doi.org/10.1111/j.1937-5956.1993.tb00036.x>