

**PENGARUH KAPABILITAS INOVASI TERHADAP TIPE INOVASI
SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA KOPERASI DI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Oleh:

Nama : Nanda Satriagung
No. Mahasiswa : 14311534
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2018**

**PENGARUH KAPABILITAS INOVASI TERHADAP TIPE INOVASI
SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA KOPERASI DI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat
untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Manajemen
pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Nanda Satriagung
No. Mahasiswa : 14311534
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2018**

PERNYATAAN KEASLIAN

Demi Allah, saya akui bahwa karya ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali kutipan dan ringkasan yang setiap salah satunya telah saya jelaskan sumbernya. Jika dikemudian hari ternyata terbukti pengakuan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan hak kekayaan intelektual maka saya bersedia ijazah yang telah saya terima untuk ditarik oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta,
November 2018



Nanda Satriagung
14311534

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

**Pengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap Tipe Inovasi Serta Dampaknya
Terhadap Kinerja Koperasi di Yogyakarta**

TUGAS AKHIR


Disusun Oleh:

Nama : Nanda Satriagung

NIM : 14311534

Yogyakarta, November 2018

Dosen Pembimbing



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

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH KAPABILITAS INOVASI TERHADAP TIPE INOVASI SERTA DAMPAKNYA
TERHADAP KINERJA KOPERASI DI YOGYAKARTA**

Disusun Oleh : NANDA SATRIAGUNG

Nomor Mahasiswa : 14311534

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS

Pada hari Senin, tanggal: 10 Desember 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Anjar Priyono, Ph.D



Penguji : Zulian Yamit, Drs., M.Si.



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Teruntuk kedua orangtua saya yang luar biasa.

Drs. Boedi Hardjono dan Dra. Sofiana

*Terimakasih sudah mengajarkan untuk tetap kuat,
tabah dan sabar dalam menghadapi segala hal.*

*Terimakasih untuk berjuta perhatian, motivasi dan
doa-doa yang selalu dilafalkan.*

Salam Rindu.

MOTTO

“Ya Allah jadikanlah dunia ini ditangan kami, bukan dihati kami“

Abu Bakkar Ass-Shiddiq

“No amount of guilt can change the past, and no amount of worrying can change the future. Go easy on yourself, for the outcome of all affairs is determined by Allah’s decree. If something is meant to go elsewhere, it will never come your way, but if it is yours by destiny, from it you cannot flee”

‘Umar ‘ibn Khattab

“Ilmu lebih baik daripada harta, ilmu menjagamu dan engkau menjaga harta. Ilmu bertambah ketika diamankan, sedngakn harta berkurang ketika dibelanjakan”

‘Ali ‘ibn Abi Thalib

“Barangsiapa belum merasakan pahitnya belajar walau sebentar, ia akan merasakan hinanya kebodohan sepanjang hidupnya. Dan barangsiapa ketinggalan belajar di masa mudanya, maka bertakbirlah untuknya empat kali karena kematiannya”

Imam Asy-Syafi’i

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur senantiasa tercurahkan kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya serta shalawat dan salam selamanya tercurahkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir **Pengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap Tipe Inovasi Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Koperasi di Yogyakarta** ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan Laporan Tugas Akhir ini tidak akan lancar.

Semoga Laporan Tugas Akhir ini bisa bermanfaat dan penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berjasa memberikan motivasi dalam rangka menyelesaikan laporan ini kepada :

1. Bapak Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.d., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Anjar Priyono, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Ka. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Anjar Priyono, S.E., M.Si., Ph.D., selaku pembimbing Laporan Tugas Akhir yang telah memberikan ilmu, motivasi, serta bimbingan dalam penyusunan ini.
4. Kedua orangtua, Bapak dan Ibu, untuk segala perhatian, motivasi dan doa yang diberikan sehingga kelancaran akan penyelesaian tugas akhir ini dapat terlaksana dengan lancar.

5. Rekan-rekan fakultas ekonomi yang selalu memberi dukungan, kebahagiaan didalam maupun diluar kampus sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Kepada pujaan hatiku Rara Natya Dehvi yang selalu menemani, mendukung, dan memberi semangat untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Rekan rekan UKM BOLA FE UII dan PSV THAIBOXING yang telah memberikan pengalaman tidak terlupakan selama berada di Jogjakarta.

Saya juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak terkait, yang telah membantu saya dalam menyelesaikan laporan ini. Semoga kebaikan yang diberikan oleh semua pihak kepada penulis menjadi amal sholeh yang senantiasa mendapat balasan dan kebaikan yang berlipat ganda dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Aamiin ya Rabbal'alamin.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mohon kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang. Akhir kata semoga Tugas Akhir ini dapat digunakan sebagai mana mestinya serta berguna bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca yang berminat pada umumnya

Yogyakarta, November 2018

Nanda Satriagung
14311534

ABSTRAK

Pengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap Tipe Inovasi Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Koperasi di Yogyakarta

Nanda Satriagung
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam
Indonesia
Nandasatriagung9@gmail.com

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana kapabilitas inovasi berpengaruh terhadap tipe inovasi dengan kinerja inovasi sebagai variabel intervening. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap Tipe Inovasi Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Koperasi di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik simple random sampling dengan jumlah 110 responden yang merupakan manajer koperasi yang berada di wilayah Yogyakarta. Alat uji analisis yang digunakan adalah SmartPLS 2.0 M3 dengan metode analisis SEM (*Structural Equation Modeling*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh positif terhadap tipe inovasi. Tipe inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi. Kinerja inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja pasar. Kinerja pasar berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Kata Kunci: *Kapabilitas Inovasi, Tipe Inovasi, Kinerja Inovasi, Kinerja Pasar, Kinerja keuangan.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL DEPAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	1
DAFTAR LAMPIRAN.....	2
BAB I.....	3
1.1. Latar Belakang	3
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7

1.4.	Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....		10
2.1.	Penelitian Terdahulu.....	10
2.2.	Landasan Teori	11
2.2.1.	Kapabilitas Inovasi.....	11
2.2.2.	Tipe Inovasi.....	12
2.2.3.	Kinerja Inovasi	18
2.2.4.	Kinerja Perusahaan.....	18
2.3.	Hipotesis Penelitian	20
2.3.1.	Pengaruh Kapabilitas Inovasi Terhadap Tipe Inovasi Proses Koperasi Di Yogyakarta.....	20
2.3.2.	Pengaruh Tipe Inovasi Terhadap Kinerja Inovasi Proses Koperasi Di Yogyakarta	21
2.3.3.	Pengaruh Kinerja Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan Koperasi Di Yogyakarta	22
2.4.	Kerangka Pemikiran	24
BAB III		24
3.1.	Pendekatan Penelitian.....	24
3.2.	Populasi dan Sampel	24
3.3.	Jenis Data Penelitian	25

3.4.	Prosedur Pengambilan Data	25
3.5.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	26
3.5.1.	Definisi Operasional Variabel.....	27
3.6.	Uji Instrumen Penelitian.....	29
3.7.	Teknik Analisis Data	30
BAB IV		32
4.1.	Hasil Pengumpulan Data	32
4.2.	Deskripsi Responden	34
4.2.1.	Jenis Kelamin	34
4.2.2.	Jabatan.....	35
4.2.3.	Masa Kerja	35
4.3.	Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	36
4.4.	Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	42
4.5.	Pengujian Hipotesis	43
4.5.1.	Pengujian Hipotesis Pertama (H1).....	45
4.5.2.	Pengujian Hipotesis Kedua (H2).....	45
4.5.3.	Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)	46
4.5.4.	Pengujian Hipotesis Keempat (H4).....	46
4.6.	Pembahasan	47

4.6.1. Pengaruh Kapabilitas Inovasi Terhadap Tipe Inovasi Proses Koperasi Di Yogyakarta.....	47
4.6.2. Pengaruh Tipe Inovasi Terhadap Kinerja Inovasi Proses Koperasi Di Yogyakarta	48
4.6.3. Pengaruh Kinerja Inovasi Terhadap Kinerja Pasar	49
4.6.4. Pengaruh Kinerja Pasar Terhadap Kinerja Keuangan.....	51
BAB V.....	52
5.1. Kesimpulan.....	52
5.2. Keterbatasan Penelitian dan Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Kuesioner yang Disebar	32
Tabel 4.2 Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.3 Jabatan Responden.....	35
Tabel 4.4 Masa Kerja Responden	36
Tabel 4.5 Hasil Uji AVE.....	37
Tabel 4.6 Hasil Korelasi Antar Variabel Laten.....	39
Tabel 4.7 Cross Loading	39
Tabel 4.8 Composite Reliability dan Korelasi Antar Konstruk	41
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi.....	42
Tabel 4.10 Path Coefficient.....	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis	46

DAFTAR LAMPIRAN

KUISONER.....	58
HASIL OUTPUT PLS.....	62

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Selama sepuluh tahun terakhir industri koperasi menghadapi tantangan yang berat. Pergeseran demografis, reformasi keuangan, perkembangan pasar, kemajuan komunikasi, teknologi informasi dan perubahan perilaku pelanggan memiliki dampak yang cukup besar untuk mengubah efisiensi, produktivitas dan membentuk struktur industri. Hal ini akan menciptakan ancaman yang sangat kompetitif dan menyusun kembali seluruh sektor industri khususnya keuangan. Beberapa orang akan mengatakan bahwa koperasi tidak dikenal dengan pemikiran inovatif. Inovasi telah menciptakan tantangan dan tekanan yang signifikan bagi koperasi. Sebagian besar akademis dan industri menganggap bahwa inovasi merupakan salah satu faktor untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Sedangkan pada sektor jasa inovasi masih sangat baru untuk dilakukan.

Secara tradisional, produk koperasi terbatas pada kebutuhan standar dan stereotipik, seperti koperasi simpan pinjam dan koperasi unit desa. Oleh karena itu, menurut Ko & Lu (2010), sangat penting memahami kompetensi inovasi yang diperlukan untuk layanan terpadu dan menjadi lebih relevan sebagai mesin pertumbuhan ekonomi di bawah perubahan global. Konsep ini telah diteliti melalui berbagai pendekatan mulai dari produk, proses, pasar dan organisasi (Toivonen & Tuominen, 2009). Tumbuhnya perhatian pada inovasi mendorong

perusahaan untuk membedakan nilai produk dan layanan yang ada diperusahaannya masing-masing (Nybakk & Jenssen, 2012).

Manajemen pengetahuan adalah bagian terpenting dari inovasi, terutama industri dengan pengetahuan intensif seperti koperasi. Pengetahuan adalah keunggulan kompetitif untuk menanggung pelayanan diperusahaan. Dalam rahasia perdagangan industri keuangan mikro, informasi rahasia dan ide-ide berharga adalah bagian dari pengetahuan tenaga kerja. Oleh karena itu, menurut Plescan & Gavriletea (2008) menggunakan sistem manajemen pengetahuan untuk menangkap pakar internal akan sangat penting bagi perusahaan. Kapabilitas perusahaan untuk berinovasi adalah faktor yang paling penting dalam keunggulan kompetitif dalam kondisi pasar yang sangat bergejolak. Kapabilitas inovasi memimpin organisasi untuk mengembangkan inovasi secara terus-menerus untuk menanggapi lingkungan pasar yang berubah dan tertanam dengan semua strategi, sistem dan struktur yang mendukung inovasi dalam suatu organisasi (Gloet & Samson, 2016).

Kapabilitas inovasi merupakan kemampuan dalam mengembangkan produk atau jasa sesuai dengan permintaan pasar dengan cara menerapkan proses-proses secara tepat serta cepat dalam menanggapi perubahan teknologi maupun kesempatan tidak terduga yang dilakukan pesaing. Organisasi yang inovatif harus mampu untuk meningkatkan kapabilitas inovasi baik dari segi individu maupun organisasi itu sendiri. Salah satu dampak dari kapabilitas inovasi adalah perubahan tipe inovasi (Rajapathirana & Hui, 2017). Tipe inovasi menurut

Rajapathirana & Hui (2017) terdiri dari inovasi organisasi, inovasi proses, inovasi produk/pelayanan, dan inovasi pemasaran sedangkan Suatma (2013) menambahkan tipe inovasi model bisnis.

(Burroine & Jaiya (2005) mengatakan bahwa kemampuan perusahaan untuk melakukan inovasi bervariasi tergantung pada sektor usaha, ukuran perusahaan, fokus, sumber daya dan lingkungan bisnis dimana perusahaan tersebut beroperasi. Sedangkan Baldwin et al. (1999) dalam penelitiannya menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar lebih inovatif dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil, karena memiliki kemudahan lebih pada akses pembiayaan, dapat menyebarkan biaya tetap inovasi pada volume penjualan yang lebih besar, manfaat yang diperoleh dari *economies of scale*, dan saling melengkapinya (*complementarities*) antara riset dan pengembangan dengan aktivitas-aktivitas yang lain dalam perusahaan.

Parkman, Holloway, & Sebastiao (2012) menemukan bahwa kemampuan inovasi dari perusahaan yang tergolong ke dalam industri kreatif mampu secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap keberhasilan suatu produk yang dihasilkan perusahaan dan keunggulan kompetitifnya. Lewrick, Omar, Raeside, & Sailer (2010) menyatakan bahwa baik wirausaha yang telah menjalankan usahanya sejak tahun 1996 hingga 2007 maupun usaha yang baru didirikan di Amerika Serikat memerlukan inovasi sebagai alat yang sangat vital dalam meningkatkan kinerja produk suatu perusahaan. Perusahaan yang telah belajar untuk meningkatkan kemampuan inovasinya mampu secara aktif untuk

meningkatkan pertumbuhan usahanya. Chaston & Scott (2012) menemukan bahwa kinerja suatu produk dari perusahaan di Peru akan mengalami peningkatan apabila sebuah perusahaan melibatkan inovasi serta pembelajaran di dalamnya, hal ini disebabkan karna perusahaan yang menerapkan inovasi dipercaya akan memperpanjang siklus hidup produknya sedangkan Rajapathirana & Hui (2017) membuktikan bahwa tipe inovasi mempengaruhi kinerja inovasi dan pada akhirnya meningkatkan kinerja pasar dan kinerja finansial.

Penelitian mengenai hubungan kapabilitas inovasi, tipe inovasi, dan kinerja perusahaan pernah dilakukan oleh Rajapathirana & Hui (2017). Penelitian tersebut bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara kemampuan inovasi, jenis inovasi dan pada aspek yang berbeda dari kinerja perusahaan termasuk inovasi, pasar dan kinerja keuangan berdasarkan studi empiris yang meliputi industri asuransi di Sri Lanka. Kerangka penelitian dikembangkan dalam penelitian ini diuji 379 manajer senior perusahaan asuransi. Verifikasi empiris asumsi model ini telah memberikan bukti untuk mengkonfirmasi hubungan antara kemampuan inovasi; upaya inovasi dan kinerja perusahaan adalah signifikan dan kuat. Hasil penelitian ini dapat membantu manajemen melakukan inovasi dengan memberikan hasil inovasi yang lebih efektif untuk menghasilkan kinerja yang lebih baik dan akan bermanfaat bagi manajemen koperasi.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini akan meneliti lebih lanjut untuk memperoleh bukti empiris apakah teori yang sama namun dengan aplikasi, populasi, waktu dan tempat yang berbeda akan memberikan hasil yang sama

dengan mengangkat judul “Pengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap Tipe Inovasi Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Koperasi di Yogyakarta ”

1.2. Rumusan Masalah

Menurut Ko & Lu (2010), sangat penting bagi koperasi memahami kapabilitas inovasi yang diperlukan untuk layanan terpadu dan menjadi lebih relevan sebagai mesin pertumbuhan ekonomi di bawah perubahan global. Berdasarkan isu diatas, maka penelitian ini mencoba mengeskplorasi hubungan antara kapabilitas inovasi, tipe inovasi dan kinerja perusahaan Berdasarkan uraian di atas mengenai latar belakang yang telah dibahas dan dengan mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Rajapathirana & Hui (2017), penelitian ini menjelaskan permasalahan-permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kapabilitas inovasi berpengaruh terhadap tipe inovasi proses koperasi di Yogyakarta?
2. Apakah tipe inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovasi perusahaan koperasi di Yogyakarta?
3. Apakah kinerja inovasi berpengaruh terhadap kinerja pasar perusahaan koperasi di Yogyakarta?
4. Apakah kinerja pasar berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan koperasi di Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian ini untuk membuktikan pengaruh kapabilitas inovasi terhadap tipe inovasi serta dampaknya terhadap kinerja perusahaan

koperasi di Yogyakarta. Berdasarkan hal tersebut maka secara khusus tujuan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis dan memperoleh bukti empiris pengaruh kapabilitas inovasi terhadap tipe inovasi proses koperasi di Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis dan memperoleh bukti empiris pengaruh tipe inovasi terhadap kinerja inovasi koperasi di Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis dan memperoleh bukti empiris pengaruh kinerja inovasi terhadap kinerja koperasi di Yogyakarta.
4. Untuk menganalisis dan memperoleh bukti empiris pengaruh kinerja pasar terhadap kinerja keuangan koperasi di Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan Koperasi

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi koperasi dalam usaha meningkatkan kinerja perusahaan melalui pengelolaan faktor-faktor seperti kapabilitas inovasi dan tipe inovasi.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

Penelitian ini akan menambah khasanah ilmu pengetahuan di bidang manajemen operasional, khususnya mengenai pengaruh kapabilitas inovasi terhadap tipe inovasi serta dampaknya terhadap kinerja koperasi di Yogyakarta. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi

bagi penelitian serupa yang hendak dilakukan oleh peneliti-peneliti berikutnya di masa depan.

3. Bagi Penulis

Sebagai sebuah bentuk dari hasil konkrit atau nyata dari proses pembelajaran selama duduk di bangku perguruan tinggi Universitas Islam Indonesia (UII) dalam bidang manajemen operasional, khususnya segala hal yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan pengaruh kapabilitas inovasi terhadap tipe inovasi serta dampaknya terhadap kinerja perusahaan koperasi di Yogyakarta.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai hubungan *customer involment capability*, inovasi dan kinerja perusahaan pernah dilakukan oleh Anning-Dorson (2017). Penelitian Anning-Dorson (2017) menggunakan perusahaan di dua negara yaitu Ghana dan United Kingdom. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *customer involment capability* berpengaruh terhadap inovasi proses, *customer involment capability* berpengaruh terhadap inovasi produk, *customer involment capability* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, sedangkan inovasi proses dan inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian Rajapathirana & Hui (2017) bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara kemampuan inovasi, jenis inovasi dan pada aspek yang berbeda dari kinerja perusahaan termasuk inovasi, pasar dan kinerja keuangan berdasarkan studi empiris yang meliputi industri asuransi di Sri Lanka. Kerangka penelitian dikembangkan dalam penelitian ini diuji 379 manajer senior perusahaan asuransi. Verifikasi empiris asumsi model ini telah memberikan bukti untuk mengkonfirmasi hubungan antara kemampuan inovasi; upaya inovasi dan kinerja perusahaan adalah signifikan dan kuat. Hasil penelitian ini dapat memimpin manajemen efektif kemampuan inovasi yang membantu memberikan hasil inovasi yang lebih efektif untuk menghasilkan kinerja yang lebih baik dan akan bermanfaat bagi manajemen perusahaan asuransi.

Hassan,et.al (2013) meneliti mengenai pengaruh untuk mengeksplorasi pengaruh jenis inovasi termasuk inovasi produk, proses, pemasaran dan organisasi terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan seperti kinerja inovatif, produksi, pemasaran dan keuangan di perusahaan manufaktur Pakistan. Data dikumpulkan melalui kuesioner survei dari 150 responden terutama dari departemen produksi, litbang dan pemasaran perusahaan. Dengan bantuan SPSS, data dianalisis dengan faktor, reliabilitas, korelasi, dan analisis regresi. Hasilnya menunjukkan efek positif dari jenis inovasi pada kinerja perusahaan. Implikasi teoretis dan manajerial beserta keterbatasan penelitian masa depan juga telah dibahas

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Kapabilitas Inovasi

Anning-Dorson (2016) menawarkan bahwa inovasi di perusahaan jasa dapat berasal dari berbagai sumber dan perusahaan jasa mencari inovasi dari dalam operasi mereka; dari pasar (lingkungan eksternal) dan pelanggan. Tjiptono, (2008) menyatakan bahwa inovasi merupakan penerapan secara praktis sebuah gagasan ke dalam suatu produk atau proses baru. Inovasi adalah kondisi pada barang dan jasa bahkan gagasan yang dianggap sebagai sesuatu yang baru (Kotler dan Keller, 2012).

Kapabilitas inovasi dianggap sebagai aset berharga bagi perusahaan untuk menyediakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif dan dalam pelaksanaan seluruh strategi. Ini disusun melalui proses utama dalam perusahaan (Lawson & Samson, 2001). kapabilitas inovasi memfasilitasi perusahaan untuk

memperkenalkan produk baru dengan cepat dan mengadopsi sistem baru, tetapi penting untuk faktor untuk memberi makan kompetisi yang sedang berlangsung. Kinerja inovasi dapat dijelaskan sebagai kombinasi aset dan sumber daya. Oleh karena itu diperlukan berbagai macam sumber daya, aset, dan kemampuan untuk mendorong melalui keberhasilan dalam lingkungan yang berubah dengan cepat (Rajapathirana & Hui, 2017). Menurut Rajapathirana & Hui (2017) kapabilitas inovasi didefinisikan sebagai (1) kapasitas pengembangan produk baru yang memenuhi kebutuhan pasar; (2) kapasitas penerapan teknologi proses yang tepat untuk menghasilkan produk-produk baru ini; (3) kapasitas mengembangkan dan mengadopsi produk-produk baru dan teknologi pemrosesan untuk memenuhi kebutuhan masa depan; (4) dan kapasitas untuk menanggapi kegiatan teknologi yang disengaja dan peluang tak terduga yang diciptakan oleh pesaing.

2.2.2. Tipe Inovasi

Menurut OECD Oslo Manual (2005) dalam Rajapathirana & Hui (2017) diperkenalkan empat jenis inovasi termasuk produk, proses, organisasi dan inovasi pasar. Inovasi produk dan proses erat kaitannya dengan perbaikan teknologi terutama dalam istilah industri jasa teknologi dapat dianggap menggunakan pabrik dan peralatan berteknologi tinggi. Definisi OECD Oslo Manual (2005) juga dapat berlaku untuk inovasi layanan juga (Rothkopf & Wald, 2011).

Dalam penelitian Rajapathirana & Hui (2017) inovasi perusahaan dibagi menjadi empat yaitu inovasi organisasi, inovasi proses, inovasi produk dan

inovasi pemasaran. Penjelasan masing-masing dari keempat inovasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Inovasi Organisasi

Inovasi organisasi adalah penerapan metode organisasi baru dalam praktik bisnis perusahaan, organisasi tempat kerja atau hubungan eksternal. Inovasi organisasi memiliki kecenderungan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dengan mengurangi biaya administrasi dan transaksi, meningkatkan kepuasan tempat kerja (dan dengan demikian produktivitas tenaga kerja), mendapatkan akses ke aset non-tradable (seperti pengetahuan eksternal yang tidak dikodifikasi) atau mengurangi biaya persediaan (OECD Oslo Manual, 2005). Contohnya adalah pengenalan praktik untuk mengkodifikasi pengetahuan dengan membuat basis data praktik terbaik, pelajaran yang dipetik dan pengetahuan lain, sehingga mereka lebih mudah diakses oleh orang lain: pengenalan program pelatihan untuk pengembangan karyawan dan peningkatan retensi karyawan atau inisiasi dari program pengembangan pemasok. Dengan demikian, inovasi organisasi sangat terkait dengan semua upaya administratif memperbarui rutinitas organisasi, prosedur, mekanisme, sistem, dll. Untuk mempromosikan kerja sama tim, berbagi informasi, koordinasi, kolaborasi, pembelajaran dan inovasi (Gunday, Ulusoy, Kilic, & Alpkan, 2011).

Organisasi yang ingin meningkatkan produktivitas dan efektifitasnya, pada akhirnya menghadapi berbagai masalah yang timbul di masa depan,

memerlukan cara berpikir dan bertindak yang inovatif. Inovasi dapat menyangkut penciptaan produk baru (baik dalam Inovasi barang atau jasa), struktur baru, hubungan baru dan bahkan juga kultur baru. (Sartika, 2015). Ciri-ciri utama organisasi masa depan, adalah fleksibilitas, kreativitas dan inovasi. Salah satu tugas dan fungsi manajerial yang makin mendesak dan penting di masa mendatang adalah mengelola perubahan strategis yang berkarakteristik diantaranya integrasi strategi organisasi dengan strukturnya, teknologi yang digunakan serta sumber daya manusia di dalamnya. Berbagai faktor tersebut disesuaikan lagi dengan tuntutan lingkungan eksternal organisasi. Maka menjadi penting kiranya dalam transformasi organisasi tersebut yaitu pemahaman yang utuh tentang transformasi organisasi, kultur organisasi, matriks “strategi-kultur” dan manajemen perubahan strategis. Pengelolaan empat isu perubahan (inovasi) organisasi tersebut berikut pengembangan dan pelaksanaannya yang bersifat partisipatif menjadi penting kiranya untuk dibahas (Sartika, 2015).

Organisasi berinovasi merupakan tuntutan dari transformasi organisasi yang tidak lagi semata pengembangan organisasi manakala suatu organisasi belum mampu menanggapi lingkungan per forma yang memuaskan, atau tidak mampu menyesuaikan perubahan lingkungan eksternal yang demikian kompetitif, dan skala organisasi masih kecil dan bertumbuh pesat (Sartika, 2015)

2. Inovasi Produk

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 et al., 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)

3. Inovasi proses

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).

4. Inovasi Pemasaran

Inovasi pemasaran adalah penerapan metode pemasaran baru yang melibatkan perubahan signifikan dalam desain produk atau pengemasan, penempatan produk, promosi produk atau penetapan harga (Gunday et al., 2011). Inovasi pemasaran ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik, membuka pasar baru, atau memosisikan produk perusahaan baru di pasar dengan tujuan meningkatkan penjualan perusahaan. Inovasi pemasaran sangat terkait dengan strategi penetapan harga, properti desain paket produk, penempatan produk, dan aktivitas promosi di sepanjang jalur empat P bauran pemasaran (Kotler, 2012)

2.2.3. Kinerja Inovasi

Kinerja inovasi merupakan kunci untuk keunggulan kompetitif dalam lingkungan yang sangat bergejolak. Kinerja inovasi sebagai pendorong utama bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Kemampuan untuk berinovasi memiliki konsekuensi langsung bagi kemampuan untuk bersaing di tingkat individu, perusahaan, tingkat regional dan nasional. Nilai-nilai yang diciptakan oleh inovasi sering diwujudkan dalam cara-cara baru dalam melakukan sesuatu atau produk baru dan proses yang berkontribusi terhadap kekayaan (Sofyan & Pascasarjana, 2017).

Menurut Lawson & Samson (2001) kinerja inovasi dapat didefinisikan sebagai keunggulan kompetitif yang didapat dari ide-ide kreatif untuk menghasikan kualitas, efisiensi, kecepatan dan fleksibilitas yang berguna dalam perusahaan. Pelaksanaan dapat berlangsung 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.

2.2.4. Kinerja Perusahaan

Penilaian kinerja merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya terhadap para penyandang dana dan juga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Kinerja merupakan suatu istilah secara umum yang digunakan untuk sebagian

atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode dengan referensi pada jumlah standar seperti biaya masa lalu atau yang diproyeksikan, dengan dasar efisiensi, pertanggungjawaban atau akuntabilitas manajemen dan sebagainya.

Kinerja perusahaan dibagi menjadi dua yaitu kinerja pasar dan kinerja keuangan (Rajapathirana & Hui, 2017).

2.2.4.1. Kinerja pasar

Kinerja pasar dapat diturunkan sebagai sejauh mana perusahaan memperoleh hasil terkait pasar daripada pesaing mereka sehubungan dengan kepuasan pelanggan, akuisisi pelanggan baru, kesetiaan dll (Oh, Cho, & Kim, 2015). Konsep-konsep pemasaran pada dasarnya menyarankan bahwa kinerja Judgmental yang superior (Kualitas, kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan) adalah hal yang diperlukan untuk kinerja yang unggul dari pasar dan keuangan (kinerja subyektif) dari perusahaan..

2.2.4.2. Kinerja keuangan

Kinerja keuangan merupakan suatu alat ukur yang digunakan oleh para pemakai laporan keuangan dalam mengukur dan menentukan sejauh mana kualitas perusahaan. Menurut Fahmi (2013).” kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu

perusahaan telah melaksanakan dengan aturan – aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar”.

2.3. Hipotesis Penelitian

2.3.1. Pengaruh Kapabilitas Inovasi Terhadap Tipe Inovasi Proses Koperasi Di Yogyakarta

Rajapathirana & Hui (2017) menekankan bahwa kapabilitas inovasi memfasilitasi perusahaan untuk menerapkan teknologi proses yang tepat mengembangkan produk baru yang memenuhi kebutuhan pasar dan menghilangkan ancaman kompetitif. Ini membantu untuk membentuk dan mengelola berbagai kemampuan perusahaan untuk mendukung mengintegrasikan kemampuan dan stimulus untuk inovasi dengan sukses. Dadfar, Dahlggaard, Brege, & Alamirhoor (2013) telah mengidentifikasi bahwa kapabilitas inovasi yang unggul cenderung untuk mengimplementasikan dan mengembangkan variasi produk baru untuk portofolio produk yang ada. Rajapathirana & Hui (2017) menjelaskan bahwa perusahaan harus meningkatkan kepemimpinan, orang, kemitraan, dan kapabilitas organisasi sebelum implementasi dari proses awal inovasi dan pengembangan produk baru. Vicente, Abrantes, & Teixeira (2015) telah menyimpulkan bahwa kemampuan inovasi adalah kapasitas perusahaan untuk mengembangkan produk baru melalui kombinasi perilaku inovasi, kemampuan strategis, dan proses teknologi internal. Hasil penelitian (Rajapathirana & Hui, 2017) membuktikan bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh terhadap tipe inovasi. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis pertama penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : kapabilitas inovasi berpengaruh positif terhadap tipe inovasi

2.3.2. Pengaruh Tipe Inovasi Terhadap Kinerja Inovasi Proses Koperasi Di Yogyakarta

Dampak inovasi pada kinerja bisnis di perusahaan jasa akan lebih kompleks dan berbeda dari sektor manufaktur karena intangibilitas, tahan lama, ketidakterpisahan, dan variabilitas (Rajapathirana & Hui, 2017). Yıldız, Baştürk, & Boz (2014) menyarankan bahwa inovasi memiliki efek positif pada kinerja bisnis. Inovasi yang berkaitan dengan radikal atau inkremental telah memberikan kontribusi yang menarik terhadap kinerja perusahaan. Inovasi merupakan tindakan penting dari kinerja bisnis terlepas dari pergolakan pasar perusahaan. Proses inovasi dapat dilihat sebagai penggerak efektif untuk meningkatkan inovasi dan kinerja perdagangan organisasi (Lendel & Varmus, 2014).

Kehandalan kualitas produk dan kualitas layanan akan menghasilkan inovasi produk / layanan yang lebih meningkatkan kinerja keseluruhan perusahaan termasuk pemasaran dan keuangan (Rajapathirana & Hui, 2017). Wang & Hsu, (2014) membuktikan inovasi sebagai efek mediasi sepenuhnya pada kinerja inovasi. Lebih lanjut, penelitian ini menyarankan bahwa kualitas produk berbasis teknologi yang memfasilitasi perusahaan untuk menghasilkan kinerja inovasi yang unggul. Implementasi produk, proses dan inovasi kelembagaan membuat perusahaan menjadi lebih fleksibel dalam operasinya dan mendorong perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk, perluasan jaringan / kualitas orang yang diperoleh dan daya saing teknologi.

Hasil penelitian seperti Reed, Storrud-Barnes, & Jessup (2012) dan Yavarzadeh & Salamzadeh (2015) tipe inovasi organisasi secara positif terkait dengan kinerja inovasi. Selain itu inovasi produk dan proses memainkan peran efektif pada kinerja organisasi. Dalam proses umum, inovasi dianggap sebagai faktor yang dapat menghasilkan banyak manfaat bagi organisasi untuk mencapai keunggulan kompetitif. Rajapathirana & Hui (2017) membuktikan bahwa tipe inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis kedua penelitian ini adalah sebagai berikut :

H2 : tipe inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi

2.3.3. Pengaruh Kinerja Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan Koperasi Di Yogyakarta

Kinerja pasar dapat diturunkan sebagai sejauh mana perusahaan memperoleh hasil terkait pasar daripada pesaing mereka sehubungan dengan kepuasan pelanggan, akuisisi pelanggan baru, kesetiaan dll (Oh et al., 2015). Konsep-konsep pemasaran pada dasarnya menyarankan bahwa kinerja Judgemental yang superior (Kualitas, kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan) adalah hal yang diperlukan untuk kinerja yang unggul dari pasar dan keuangan (kinerja subyektif) dari perusahaan. Kinerja pasar dan kinerja keuangan tidak dapat direalisasikan tanpa kinerja inovasi. Kinerja inovasi dapat memfasilitasi perusahaan untuk menghasilkan kinerja pasar dalam berbagai cara melalui membantu untuk mengidentifikasi kemungkinan teknologi dengan meningkatkan kualitas produk dan layanan dan produk nilai superior kepada pelanggan dapat

membantu untuk mendapatkan pelanggan baru. Dengan demikian kepuasan pelanggan meningkatkan posisi pasar organisasi (Hogan & Coote, 2014).

Kinerja inovasi pertama-tama dikaitkan dengan aspek non-keuangan dari kinerja perusahaan, misalnya, sisi pelanggan, kepuasan dan sesudahnya mempercepat kinerja keuangan yang lebih tinggi (Gunday et al., 2011). Meskipun inovasi dalam periode waktu yang singkat dapat menyebabkan kerugian tetapi selama jangka panjang yang mungkin mempercepat untuk efek positif terhadap produksi, pasar dan kinerja keuangan (Rajapathirana & Hui, 2017). Hasil penelitian membuktikan menjelaskan hubungan positif antara kinerja pasar kinerja inovasi (Gök & Peker, 2017; Gunday et al., 2011; Rajapathirana & Hui, 2017). Berdasarkan uraian diatas, hipotesis ketiga penelitian ini adalah sebagai berikut :

H3 : kinerja inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja pasar

Penelitian terbaru mengungkapkan bahwa hubungan positif antara inovasi dan kinerja keuangan (Jerop & Juma, 2014), dalam banyak kasus memberikan bukti yang inovatif secara statistik berdampak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Di sisi lain, Karabulut (2015) menjelaskan semakin besar pangsa pasar, laba atas investasi yang menghasilkan margin keuntungan lebih besar. Kepuasan pelanggan dan loyalitas mendorong perusahaan untuk profitabilitas yang lebih tinggi dan pertumbuhan pendapatan. Hasil penelitian Rajapathirana & Hui (2017) membuktikan kinerja pasar berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

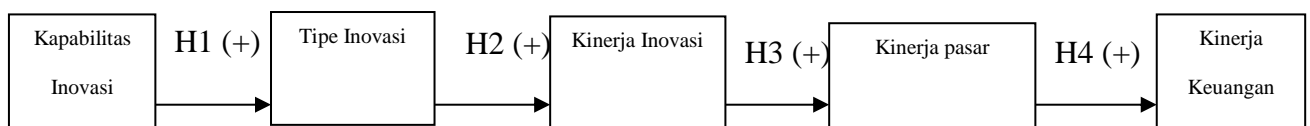
Berdasarkan uraian diatas, hipotesis keempat penelitian ini adalah sebagai berikut :

H4 : kinerja pasar berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

2.4. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif ini peneliti merumuskan masalah yang baru dengan mengidentifikasikan melalui hipotesis yaitu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Metode penelitian kuantitatif menurut Given (2008) adalah pendekatan-pendekatan terhadap kajian empiris untuk mengumpulkan, menganalisa, dan menampilkan data dalam bentuk numerik daripada naratif.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah manajer koperasi yang berada di wilayah Yogyakarta. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak teridentifikasi total jumlahnya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*, dimana pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 110 responden.

3.3. Jenis Data Penelitian

Data penelitian ini terdiri dari data primer. Data yang dipergunakan berupa data primer yang diperoleh secara langsung dari responden dengan cara riset atau penelitian lapangan. Untuk memperoleh data ini digunakan metode kuisioner. Dalam rangka untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan penelitian, data diperoleh dari penyebaran angket kepada responden dimana pertanyaan terlebih dahulu disediakan oleh peneliti untuk mendukung data-data informasi melalui angket.

Kuisioner yang akan digunakan dan disajikan kepada responden terdiri dari dua bagian, yaitu:

1. Bagian yang mengungkapkan karakteristik responden. Berisi mengenai data karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, lama bekerja, dan pendidikan.
2. Bagian yang mengungkapkan pertanyaan tentang variabel penelitian.

3.4. Prosedur Pengambilan Data

Instrumen pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur variabel adalah menggunakan kuisisioner. Kuisisioner ini berisi item-item pertanyaan sebagai penjabaran dari indikator-indikator variabel. Untuk mengubah data dari variabel-variabel yang ada kedalam perhitungan data, maka penulis menggunakan skala likert. Pada skala Likert ini responden menjawab pertanyaan dengan memberikan tanda silang (X) pada alternatif jawaban dengan 5 kemungkinan yang tersedia.

Dalam hal ini penulis akan memberikan pertanyaan dengan 5 alternatif jawaban yang harus dipilih salah satu jawaban saja. Untuk mempermudah penilaian jawaban, penulis akan memberikan nilai dari setiap pilihan jawaban pertanyaan yaitu nilai 5 untuk jawaban yang positif dan nilai 1 untuk jawaban yang sangat negatif. Maka bentuk penilaiannya sebagai berikut,

1. Jawaban SS (sangat setuju) diberi nilai 5
2. Jawaban S (setuju) diberi nilai 4
3. Jawaban N (netral) diberi nilai 3
4. Jawaban TS (tidak setuju) diberi nilai 2
5. Jawaban STS (sangat tidak setuju) diberi nilai 1

3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel independen yang terdiri dari kapabilitas inovasi

2. Variabel intervening yang terdiri dari tipe inovasi dan kinerja inovasi
3. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja pasar dan kinerja keuangan

3.5.1. Definisi Operasional Variabel

1. Kapabilitas Inovasi

Menurut Rajapathirana & Hui (2017) kapabilitas inovasi didefinisikan sebagai (1) kapasitas pengembangan produk baru yang memenuhi kebutuhan pasar; (2) kapasitas penerapan teknologi proses yang tepat untuk menghasilkan produk-produk baru ini; (3) kapasitas mengembangkan dan mengadopsi produk-produk baru dan teknologi pemrosesan untuk memenuhi kebutuhan masa depan; (4) dan kapasitas untuk menanggapi kegiatan teknologi yang disengaja dan peluang tak terduga yang diciptakan oleh pesaing. Kapabilitas inovasi diukur dengan tiga indikator yaitu Rajapathirana & Hui (2017) :

1. Budaya organisasi
2. Pengetahuan
3. Keterlibatan pelanggan dan karyawan

2. Tipe Inovasi

Menurut OECD Oslo Manual (2005) dalam Rajapathirana & Hui (2017) diperkenalkan empat jenis inovasi termasuk produk, proses, organisasi dan inovasi pasar. Tipe inovasi dengan empat dimensi yaitu Rajapathirana & Hui (2017) :

1. Inovasi produk
2. Inovasi proses
3. Inovasi organisasi
4. Inovasi pemasaran

3. Kinerja Inovasi

Menurut Lawson & Samson (2001) kinerja inovasi dapat didefinisikan sebagai keunggulan kompetitif yang didapat dari ide-ide kreatif untuk menghasikan kualitas, efisiensi, kecepatan dan fleksibilitas yang berguna dalam perusahaan. Kinerja inovasi diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut Rajapathirana & Hui (2017) :

1. Kualitas produk dan layanan
2. Daya saing teknologi
3. Kecepatan memperkenalkan produk dan layanan
4. Pembaharuan produk dan layanan

4. Kinerja Pasar

Kinerja pasar adalah sejauh mana perusahaan memperoleh hasil terkait pasar daripada pesaing mereka sehubungan dengan kepuasan pelanggan, akuisisi pelanggan baru, kesetiaan dll (Oh et al., 2015). Kinerja pasar diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut Rajapathirana & Hui (2017) :

1. Pangsa pasar

2. Kepuasan pelanggan
3. Volume penjualan
4. Kinerja Keuangan

Menurut Fahmi (2013).” kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan aturan – aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar”. Kinerja keuangan diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut Rajapathirana & Hui (2017) :

1. Pengembalian investasi
2. Pengembalian penjualan
3. Keuntungan

3.6. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas Instrumen Penelitian

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Metode yang digunakan untuk uji validitas adalah uji korelasi pearson. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka bukti pernyataan dikatakan valid (Ghozali, 2013).

2. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Reliabilitas adalah tingkat kehandalan dari kuisisioner. Kuisisioner yang reliabel adalah kuisisioner yang apabila dicoba secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Asumsinya, tidak terdapat perubahan psikologi pada responden (Ghozali, 2013). Metode yang digunakan dalam reliabilitas ini adalah teknik alpha. Nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6, maka instrumen tersebut dapat dinyatakan reliabel.

3.7. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode-metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata. Standart deviasi, varian, maksimum, minimum, range, kurtosis dan skewness dengan rapi serta dapat memberikan informasi inti dari kumpulan data yang ada (Ghozali dan Latan, 2012).

2. Analisis *Partial Least Square* (PLS).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan salah satu alternatif dari *Structural Equation Modelling* (SEM) yang berbasis *variance* yang diciptakan untuk mengatasi masalah yang ditimbulkan oleh SEM berbasis *covariance*. Seperti yang diketahui bahwa penggunaan *Covariance Based SEM* (CB-SEM) yang diwakili software seperti AMOS, EQS, LISREL, dan Mplus menuntut sampel dalam jumlah besar,

data harus memenuhi berbagai asumsi parametrik, indikator pembentuk harus berbentuk refleksif, skala pengukuran harus continuous serta adanya dukungan teori yang kuat sering kali membuat peneliti kesulitan untuk memenuhi tuntutan-tuntutan tersebut. Untuk itu, dibutuhkan alternatif SEM lain yang lebih longgar namun powerfull dan tidak mensyaratkan berbagai asumsi. Alternatif SEM yang dimaksud adalah SEM berbasis *variance* atau *partial least square* (PLS) (Ghozali dan Latan, 2012).

Saat ini terdapat berbagai macam software yang menawarkan PLS salah satunya dari SmartPLS 2.0 M3 yang dikembangkan oleh Professor Christian M Ringle, Sven Wende dan Alexander Will pada tahun 2005. PLS telah mencapai popularitasnya saat ini dan telah digunakan secara mendunia dalam berbagai jurnal ilmiah dan penelitian yang menggunakan model persamaan struktural (Ghozali dan Latan, 2012).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Pengumpulan Data

Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah kalangan manajer koperasi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Responden yang diambil untuk penelitian ini sebanyak 110 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara mengantarkan langsung kepada calon responden. Dari rencana kuesioner yang disebar kepada responden sebanyak 110 kuesioner, hanya 107 memenuhi syarat untuk dianalisis. Keterangan lebih lengkap mengenai pengumpulan kuesioner dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Data Kuesioner yang Disebar

No	Nama Koperasi	Kuesioner	Kuesioner Tidak Kembali	Total
1	PRIMKOPAD KARTIKA B-14	2	0	2
2	Koperasi Pegawai Republik Indonesia Suka SLTP 15	2	0	2
3	Koperasi Serba Usaha Unggul Usaha Dharma Wanita Persatuan DIY	2	0	2
4	Koperasi Pegawai Negeri Setwan	2	0	2
5	Koperasi Pedagang Kaki Lima Tri Dharma	2	0	2
6	Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT Hayam Wuruk	2	0	2
7	Koperdista	2	0	2
8	Koperasi Arto Mulyo	2	0	2
9	Koperasi Simpan Pinjam Gotong Royong Sejahtera	2	0	2
10	Koperasi Serba Usaha Melati	2	0	2
11	Koperasi Pasar Padang Pangan	2	0	2
12	Koperasi Karyawan Kopadutawacana	2	0	2

13	Pusat Koperasi Purnawirawan dan Warakawuri TNI-POLRI	2	0	2
14	Koperasi Karyawan Kokari	2	0	2
15	Primer Koperasi Angkatan Darat B-13	2	1	1
16	Koperasi Pegawai Telekomunikasi	2	0	2
17	Koperasi Simpan Pinjam Urip Mulyo Yogyakarta	2	0	2
18	Koperasi Karyawan Kopbaya	2	0	2
19	Koperasi Kharisma Indonesia	2	0	2
20	Koperasi Pedagang Kaki Lima PPKLY	2	0	2
21	operasi Simpan Pinjam Credit Union Harja Manunggal	2	0	2
22	Koperasi Karyawan Adi Jaya Mandiri	2	0	2
23	Koperasi Serba Usaha Tunas	2	0	2
24	Primkoppabri Berbah	2	0	2
25	Koperasi Serba Usaha BMT Forum Silaturahmi Takmir Masjid	2	0	2
26	Koperasi Unit Desa Berbah	2	0	2
27	BMT Arta Mulya Insani	2	0	2
28	Koperasi Pegawai Republik Indonesia Tabah Swakarya	2	0	2
29	Koperasi Serba Usaha BMT Tirta Usaha Mulia	2	0	2
30	Koperasi Kelompok Wanita Tani Dewi Sari	2	0	2
31	Koperasi Simpan Pinjam Bina Sejahtera Jogotirto	2	0	2
32	Koperasi Serba Usaha BMT Al Ikhsan	2	0	2
33	Koperasi Peternakan Sarana Makmur	2	0	2
34	KJKS BMT Cangkringan Sembada	2	0	2
35	Koperasi BMT Surya Harapan Ummat	2	0	2
36	Koperasi Unit Desa Ringin IX	2	0	2
37	Koperasi Pegawai Republik Indonesia Segar Cangkringan	2	1	1
38	Primkoppabri Setiawan	2	0	2
39	Koperasi Simpan Pinjam Gerakan Orang Berzakat Infak dan Sedekah	2	0	2
40	Koperasi Kebun Makmur	2	0	2
41	Koperasi Serba Usaha Artha Mulya Abadi	2	0	2
42	Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT Mitrama	2	0	2

43	Koperasi Serba Usaha Tri Guna Boga	2	0	2
44	Koperasi Simpan Pinjam Pamor	2	0	2
45	Koperasi Serba Usaha Mina Murti Sari	2	0	2
46	Koperasi Serba Usaha Al-Barokah	2	0	2
47	Primer Koperasi Wredatama Bahagia	2	0	2
48	Koperasi Serba Usaha Pantai Gua Cemara	2	0	2
49	Koperasi Serba Usaha Syariah Hangudi Mulyo	2	0	2
50	Koperasi Unit Desa Sanden	2	0	2
51	Koperasi Serba Usaha LEPMM Andini Raharjo	2	0	2
52	Koperasi Simpan Pinjam Rukun Angudi Makmur	2	1	1
53	Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah BMT Rizqi Barokah	2	0	2
54	Koperasi Industri dan Kerajinan Saronu Mukti	2	0	2
55	Koperasi Pemberdayaan Masyarakat Srigading Kodamasri	2	0	2
	Total	110	3	107

Sumber : data diolah

4.2. Deskripsi Responden

4.2.1. Jenis Kelamin

Berdasarkan dari jenis kelamin responden terdiri dari 2 kategori, yaitu pria dan wanita. Dari data yang diterima dan yang digunakan, peneliti mendapati 85 responden berjenis kelamin pria dan 22 sisanya berjenis kelamin wanita. Adapun informasi lebih lanjut dijelaskan pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Jenis Kelamin

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Jenis Kelamin	Pria	85	79

	Wanita	22	21
Total		107	100

Sumber : data diolah

4.2.2. Jabatan

Berdasarkan jabatan responden, sebanyak 32 responden adalah manajer pemasaran, 27 responden manajer keuangan, 26 responden manajer SDM, 22 responden manajer operasional. Adapun informasi selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.3

Tabel 4.3 Jabatan Responden

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Jabatan	Manajer Pemasaran	32	30
	Manajer Keuangan	27	25
	Manajer SDM	26	24
	Manajer Operasional	22	21
Total		107	100

Sumber : Data Diolah

4.2.3. Masa Kerja

Berdasarkan masa kerja, 98 responden bekerja diatas 10 tahun, 9 responden bekerja diantara 5 sampai 10 tahun, dan 0 responden bekerja kurang dari 5 tahun. Adapun informasi selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.4

Tabel 4.4 Masa Kerja Responden

Kategori	Keterangan	Jumlah Responden	%
Masa kerja	< 5 tahun	0	0
	5-10 tahun	9	8
	>10 tahun	98	92
Total		107	100

Sumber: data diolah

4.3. Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)

Uji instrumen dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan reliabilitas. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengukur sejauh mana tingkat validitas dan reliabilitas suatu instrumen penelitian.

Pengujian instrumen penelitian ini menggunakan hasil uji validitas konvergen. *Convergent Validity* dilakukan dengan membandingkan nilai outer model (*loading factor*) dengan nilai kritis 0,5. Jika *loading factor* > 0,5 maka butir instrumen dinyatakan valid dan sebaliknya jika nilainya < 0,5 maka dinyatakan gugur. Penilaian terpenuhinya validitas konvergen selanjutnya dengan menggunakan nilai AVE yang ditunjukkan lebih besar dari 0,5. Berdasarkan hasil pengujian validitas seperti Gambar 4.5 menunjukkan bahwa hasil validitas telah memenuhi *convergent validity* karena semua *loading factor* $\geq 0,5$ (Ghozali, 2012). Dengan demikian seluruh indikator dalam variabel penelitian dapat dinyatakan valid.

Convergent Validity dilakukan dengan membandingkan nilai outer model (loading factor) dengan nilai kritis 0,5. Jika loading faktor $> 0,5$ maka butir instrumen dinyatakan valid dan sebaliknya jika nilainya $< 0,5$ maka dinyatakan gugur. Berdasarkan hasil pengujian validitas seperti pada Tabel 4.5 menunjukkan bahwa hasil validitas telah memenuhi *convergent validity* karena semua loading factor $\geq 0,5$. Dengan demikian seluruh indikator dalam variabel penelitian dapat dinyatakan valid.

Selanjutnya nilai AVE untuk masing-masing konstruk menghasilkan nilai diatas nilai minimum yang disyaratkan. Ini menunjukkan bahwa variabel laten dari konstruk mampu menjelaskan minimum 50% dari varians dari suatu item. Dapat dikatakan bahwa nilai dari uji hasil berikut instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki *adequate degree of validity*

Tabel 4.5 Hasil Uji AVE

Variabel	Original Sample (O)	AVE
IO1 <- TI	0,867	0,683
IO2 <- TI	0,851	
IO3 <- TI	0,864	
IO4 <- TI	0,880	
IO5 <- TI	0,824	
IP1 <- TI	0,750	
IP2 <- TI	0,823	
IP3 <- TI	0,764	
IPP1 <- TI	0,843	
IPP2 <- TI	0,824	
IPP3 <- TI	0,776	

IPP4 <- TI	0,880	
IPS1 <- TI	0,791	
IPS2 <- TI	0,807	
IPS3 <- TI	0,836	
KI1 <- KI	0,908	0,799
KI2 <- KI	0,883	
KI3 <- KI	0,890	
KIN1 <- KIN	0,849	0,631
KIN2 <- KIN	0,842	
KIN3 <- KIN	0,817	
KIN4 <- KIN	0,654	
KK1 <- KK	0,874	0,797
KK2 <- KK	0,923	
KK3 <- KK	0,882	
KP1 <- KP	0,778	0,765
KP2 <- KP	0,916	
KP3 <- KP	0,923	

Sumber ; Data Diolah, 2018

Tahap berikutnya akan dilakukan penilaian terhadap *discriminant validity* dari konstruk ini. Penilaian akan dilakukan dengan membandingkan antara nilai square of root dari masing - masing nilai AVE konstruk satu dengan yang lainnya. Hasil dalam tahap ini menunjukkan bahwa model yang diajukan dalam penelitian ini dapat memenuhi kriteria *discriminant validity* yang disyaratkan. Akar AVE dari masing - masing konstruk bernilai lebih besar dari pada korelasi antar konstruk (Fornel & Larcker, 1981). Berdasarkan tabel 4.6 nilai akar AVE lebih besar dari pada korelasi antar konstruk sehingga dapat disimpulkan telah memenuhi kriteria *discriminant validity*.

Tabel 4.6 Hasil Korelasi Antar Variabel Laten

	KI	KIN	KK	KP	TI
KI	1,000				
KIN	0,630	1,000			
KK	0,647	0,705	1,000		
KP	0,707	0,765	0,814	1,000	
TI	0,880	0,716	0,653	0,759	1,000

Sumber: Data Diolah, 2018

Selanjutnya penelitian akan menganalisis nilai *cross loading* diantara masing - masing item, *cross loading* menjadi metode alternatif dalam menilai *discriminant validity* selain melalui metode *Root of Square*.

Tabel 4.7 Cross Loading

	TI	KI	KIN	KK	KP
IO1	0,867	0,762	0,678	0,666	0,693
IO2	0,851	0,803	0,594	0,509	0,560
IO3	0,864	0,791	0,643	0,665	0,706
IO4	0,880	0,748	0,644	0,545	0,677
IO5	0,824	0,815	0,545	0,496	0,656
IP1	0,750	0,601	0,529	0,437	0,512
IP2	0,823	0,721	0,520	0,526	0,648
IP3	0,764	0,670	0,587	0,573	0,714
IPP1	0,843	0,700	0,625	0,561	0,616
IPP2	0,824	0,679	0,519	0,482	0,600
IPP3	0,776	0,630	0,466	0,383	0,516
IPP4	0,880	0,737	0,629	0,579	0,623
IPS1	0,791	0,730	0,618	0,629	0,685
IPS2	0,807	0,720	0,547	0,437	0,512
IPS3	0,836	0,753	0,677	0,551	0,651
KI1	0,520	0,908	0,617	0,616	0,700
KI2	0,591	0,883	0,528	0,536	0,533
KI3	0,546	0,890	0,542	0,583	0,662

KIN1	0,421	0,388	0,849	0,605	0,571
KIN2	0,459	0,335	0,842	0,592	0,606
KIN3	0,483	0,431	0,817	0,566	0,502
KIN4	0,574	0,517	0,654	0,465	0,568
KK1	0,625	0,640	0,653	0,874	0,693
KK2	0,601	0,572	0,641	0,923	0,737
KK3	0,511	0,506	0,585	0,882	0,634
KP1	0,540	0,754	0,573	0,589	0,778
KP2	0,613	0,536	0,581	0,759	0,916
KP3	0,651	0,584	0,557	0,777	0,923

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Persyaratan yang harus dipenuhi yaitu nilai *loading* yang membentuk variabel laten yang dituju harus bernilai lebih besar dari pada nilai *loading* dari item ke variabel laten yang bukan targetnya. Hasil uji menunjukkan bahwa masing - masing item memiliki nilai *loading* paling tinggi terhadap konstruk yang dituju dibandingkan dengan konstruk silangnya. Hal ini menunjukkan bahwa instrument ini memenuhi kriteria uji *convergent validity* dan *discriminant validity*.

Pengujian validitas untuk indikator reflektif menggunakan korelasi antara skor item dengan skor konstruknya. 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. Nilai *cross loading* berkisar diantara 0,654 sampai dengan 0,923. Berarti indikator yang

dipergunakan dalam penelitian ini adalah valid atau telah memenuhi *convergent validity*.

Jika pengujian validitas seluruh indikator telah dilakukan dalam penelitian ini, maka analisis yang dilakukan selanjutnya yaitu uji reliabilitas pada model penelitian. Uji reliabilitas dilakukan dengan dua cara yaitu Cronbach's alpha dan Composite Reliability (CR) atau yang sering disebut dengan Dillon Goldstein's. Penelitian ini bersifat confirmatory sehingga apabila nilai composite reliability berkisar antara 0,6 - 0,7 maka masih dapat diterima (Ghozali, 2015). Dibawah ini adalah tabel nilai cronbach's alpa yang dihasilkan. Uji reliabilitas dilakukan untuk dapat mengetahui tingkat kestabilan suatu alat ukur. Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan composite realibility dengan menggunakan output yang dihasilkan SmartPLS.

Tabel 4.8 Composite Reliability dan Korelasi Antar Konstruk

Variabel	Cronbachs Alpha	Composite Reliability
KI	0,874	0,923
KIN	0,805	0,872
KK	0,874	0,922
KP	0,843	0,907
TI	0,967	0,970

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas *Composite reability* 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.

4.4. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Setelah model yang diterima memenuhi *discriminant validity*, berikutnya dilakukan pengujian model struktural (Inner Model). Menilai inner model adalah melihat hubungan antara variabel dengan melihat hasil koefisien parameter *path* dan tingkat signifikansinya (Ghozali, 2006). Sedangkan untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tersebut, dapat dilihat dari koefisien determinasi seperti pada Tabel 4.9

Tabel 4.9 Koefisien Determinasi

	R Square
KI	
KIN	0,512
KK	0,663
KP	0,585
TI	0,774

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Hasil koefisien determinasi (*R-square*) variabel kinerja inovasi menunjukkan nilai sebesar 0,512, yang berarti kinerja inovasi 51,2% dapat dijelaskan oleh tipe inovasi sedangkan sisanya sebesar 48,8% dijelaskan variabel lainnya. Hasil koefisien determinasi (*R-square*) variabel kinerja keuangan menunjukkan nilai sebesar 0,663, yang berarti kinerja keuangan 66,3% dapat dijelaskan oleh kinerja pasar sedangkan sisanya sebesar 33,7% dijelaskan variabel lainnya. Hasil koefisien determinasi (*R-square*) variabel kinerja pasar

menunjukkan nilai sebesar 0,585, yang berarti kinerja keuangan 58,5% dapat dijelaskan oleh kinerja inovasi sedangkan sisanya sebesar 41,5% dijelaskan variabel lainnya. Hasil koefisien determinasi (*R-square*) variabel tipe inovasi menunjukkan nilai sebesar 0,774, yang berarti tipe inovasi 77,4% dapat dijelaskan oleh kapabilitas inovasi sedangkan sisanya sebesar 22,6% dijelaskan variabel lainnya

4.4 Evaluasi *Goodnes of Fltt*

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.

$$Q^2 = 1 - (1 - R_{12}^2) (1 - R_{22}^2) \dots (1 - R_{p2}^2)$$

Hasil evaluasi GOF adalah sebagai berikut :

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,512) (1 - 0,663) (1 - 0,585) (1 - 0,774)$$

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

$$Q^2 = 0,984$$

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

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

$$\text{GoF} = 0,6827$$

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 68,27% mempunyai tingkat kelayakan yang besar

4.5. Pengujian Hipotesis

Telah dijelaskan pada bagian sebelumnya bahwa hipotesis pada penelitian ini juga akan dianalisis dengan SMARTPLS 2.0 sehingga untuk melakukan uji signifikansi loading factor dan koefisien penelitian menggunakan teknik bootstrapping yang menjadikan sampel berlipat ganda. Jumlah sampel yang awalnya 100 akan menjadi 200 (Ghozali., 2015). Kriteria minimum syarat yang harus dipenuhi untuk hipotesis dapat diterima adalah t-statistik harus diatas 1.96 untuk standar error (alpha) 5% dan beta bernilai positif. Adapun hasil uji hipotesis penelitian yang disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.10 Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
KI - > TI	0,880	0,868	0,054	0,054	16,364

KIN -> KP	0,765	0,754	0,105	0,105	7,276
KP -> KK	0,814	0,803	0,074	0,074	10,939
TI - > KIN	0,716	0,701	0,122	0,122	5,860

Sumber : Data Diolah, 2018

4.5.1. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh positif terhadap tipe inovasi. Hasil pengujian menggunakan PLS menunjukkan bahwa koefisien path pada kapabilitas inovasi terhadap tipe inovasi 0,880 dan nilai T Statistik sebesar 16,364 (lebih besar dari tabel T yaitu sebesar 1,96) pada alpha sebesar 5%. Sehingga dapat diartikan bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap tipe inovasi, dengan demikian H1 didukung.

4.5.2. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa tipe inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi. Hasil pengujian menggunakan PLS menunjukkan bahwa koefisien path pada tipe inovasi terhadap kinerja inovasi 0,765 dan nilai T Statistik sebesar 7,276 (lebih besar dari tabel T yaitu sebesar 1,96) pada alpha sebesar 5%. Sehingga dapat diartikan bahwa tipe inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja inovasi, dengan demikian H2 didukung.

4.5.3. Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa kinerja inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja pasar. Hasil pengujian menggunakan PLS menunjukkan bahwa koefisien path pada kinerja inovasi terhadap kinerja pasar 0,814 dan nilai T Statistik sebesar 10,938 (lebih besar dari tabel T yaitu sebesar 1,96) pada alpha sebesar 5%. Sehingga dapat diartikan bahwa kinerja inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pasar, dengan demikian H3 didukung.

4.5.4. Pengujian Hipotesis Keempat (H4)

Hipotesis keempat (H4) menyatakan bahwa kinerja pasar berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Hasil pengujian menggunakan PLS menunjukkan bahwa koefisien path pada kinerja pasar terhadap kinerja keuangan 0,716 dan nilai T Statistik sebesar 5,860 (lebih besar dari tabel T yaitu sebesar 1,96) pada alpha sebesar 5%. Sehingga dapat diartikan bahwa kinerja pasar berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan, dengan demikian H4 didukung.

Dari seluruh pengujian yang dilakukan, dibawah ini disertakan table rangkuman atas hipotesis – hipotesis yang diuji dalam penelitian ini.

Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis

	Deskripsi	B	T Hitung	Kesimpulan
H ₁	kapabilitas inovasi berpengaruh positif terhadap tipe inovasi	0,880	16,364	Hipotesis Didukung
H ₂	tipe inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi	0,765	7,276	Hipotesis Didukung

H ₃	kinerja inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja pasar	0,814	10,939	Hipotesis Didukung
H ₄	kinerja pasar berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan	0,716	5,860	Hipotesis Didukung

Sumber : Data Diolah, 2018

4.6. Pembahasan

4.6.1. Pengaruh Kapabilitas Inovasi Terhadap Tipe Inovasi Proses Koperasi Di Yogyakarta

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh positif terhadap tipe inovasi. Semakin tinggi kapabilitas inovasi akan meningkatkan tipe inovasi

Rajapathirana & Hui (2017) menekankan bahwa kapabilitas inovasi memfasilitasi perusahaan untuk menerapkan teknologi proses yang tepat mengembangkan produk baru yang memenuhi kebutuhan pasar dan menghilangkan ancaman kompetitif. Ini membantu untuk membentuk dan mengelola berbagai kemampuan perusahaan untuk mendukung mengintegrasikan kemampuan dan stimulus untuk inovasi dengan sukses. Dadfar, Dahlgaard, Brege, & Alamirhoor (2013) telah mengidentifikasi bahwa kapabilitas inovasi yang unggul cenderung untuk mengimplementasikan dan mengembangkan variasi produk baru untuk portofolio produk yang ada. Rajapathirana & Hui (2017) menjelaskan bahwa perusahaan harus meningkatkan kepemimpinan, orang, kemitraan, dan kapabilitas organisasi sebelum implementasi dari proses awal inovasi dan pengembangan produk baru. Vicente, Abrantes, & Teixeira (2015)

telah menyimpulkan bahwa kemampuan inovasi adalah kapasitas perusahaan untuk mengembangkan produk baru melalui kombinasi perilaku inovasi, kemampuan strategis, dan proses teknologi internal.

Hasil ini sesuai penelitian (Rajapathirana & Hui, 2017) membuktikan bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh terhadap tipe inovasi.

4.6.2. Pengaruh Tipe Inovasi Terhadap Kinerja Inovasi Proses Koperasi Di Yogyakarta

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa tipe inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi. Semakin tinggi tipe inovasi akan meningkatkan kinerja inovasi

Dampak inovasi pada kinerja bisnis di perusahaan jasa akan lebih kompleks dan berbeda dari sektor manufaktur karena intangibilitas, tahan lama, ketidak terpisahan, dan variabilitas (Rajapathirana & Hui, 2017). Yıldız, Baştürk, & Boz (2014) menyarankan bahwa inovasi memiliki efek positif pada kinerja bisnis. Inovasi yang berkaitan dengan radikal atau inkremental telah memberikan kontribusi yang menarik terhadap kinerja perusahaan. Inovasi merupakan tindakan penting dari kinerja bisnis terlepas dari pergolakan pasar perusahaan. Proses inovasi dapat dilihat sebagai penggerak efektif untuk meningkatkan inovasi dan kinerja perdagangan organisasi (Lendel & Varmus, 2014).

Kehandalan kualitas produk dan kualitas layanan akan menghasilkan inovasi produk/layanan yang lebih meningkatkan kinerja keseluruhan perusahaan

termasuk pemasaran dan keuangan (Rajapathirana & Hui, 2017). Wang & Hsu, (2014) membuktikan inovasi sebagai efek mediasi sepenuhnya pada kinerja inovasi. Lebih lanjut, penelitian ini menyarankan bahwa kualitas produk berbasis teknologi yang memfasilitasi perusahaan untuk menghasilkan kinerja inovasi yang unggul. Implementasi produk, proses dan inovasi kelembagaan membuat perusahaan menjadi lebih fleksibel dalam operasinya dan mendorong perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk, perluasan jaringan/kualitas orang yang diperoleh dan daya saing teknologi.

Hasil ini sesuai penelitian seperti Reed, Storrud-Barnes, & Jessup (2012) dan Yavarzadeh & Salamzadeh (2015) tipe inovasi organisasi secara positif terkait dengan kinerja inovasi. Selain itu inovasi produk dan proses memainkan peran efektif pada kinerja organisasi. Dalam proses umum, inovasi dianggap sebagai faktor yang dapat menghasilkan banyak manfaat bagi organisasi untuk mencapai keunggulan kompetitif. Rajapathirana & Hui (2017) membuktikan bahwa tipe inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi.

4.6.3. Pengaruh Kinerja Inovasi Terhadap Kinerja Pasar

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kinerja inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja pasar. Semakin tinggi kinerja inovasi akan meningkatkan kinerja pasar.

Kinerja pasar dapat diturunkan sebagai sejauh mana perusahaan memperoleh hasil terkait pasar daripada pesaing mereka sehubungan dengan kepuasan pelanggan, akuisisi pelanggan baru, kesetiaan dll (Oh et al., 2015). Konsep-konsep pemasaran pada dasarnya menyarankan bahwa kinerja Judgmental yang superior (Kualitas, kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan) adalah hal yang diperlukan untuk kinerja yang unggul dari pasar dan keuangan (kinerja subyektif) dari perusahaan. Kinerja pasar dan kinerja keuangan tidak dapat direalisasikan tanpa kinerja inovasi. Kinerja inovasi dapat memfasilitasi perusahaan untuk menghasilkan kinerja pasar dalam berbagai cara melalui membantu untuk mengidentifikasi kemungkinan teknologi dengan meningkatkan kualitas produk dan layanan dan produk nilai superior kepada pelanggan dapat membantu untuk mendapatkan pelanggan baru. Dengan demikian kepuasan pelanggan meningkatkan posisi pasar organisasi (Hogan & Coote, 2014).

Kinerja inovasi pertama-tama dikaitkan dengan aspek non-keuangan dari kinerja perusahaan, misalnya, sisi pelanggan, kepuasan dan sesudahnya mempercepat kinerja keuangan yang lebih tinggi (Gunday et al., 2011). Meskipun inovasi dalam periode waktu yang singkat dapat menyebabkan kerugian tetapi selama jangka panjang yang mungkin mempercepat untuk efek positif terhadap produksi, pasar dan kinerja keuangan (Rajapathirana & Hui, 2017). Hasil penelitian membuktikan menjelaskan hubungan positif antara kinerja pasar kinerja inovasi (Gök & Peker, 2017; Gunday et al., 2011; Rajapathirana & Hui, 2017).

4.6.4. Pengaruh Kinerja Pasar Terhadap Kinerja Keuangan

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kinerja pasar berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Semakin tinggi kinerja pasar akan meningkatkan kinerja keuangan.

Penelitian terbaru mengungkapkan bahwa hubungan positif antara inovasi dan kinerja keuangan (Jerop & Juma, 2014), dalam banyak kasus memberikan bukti yang inovatif secara statistik berdampak signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Di sisi lain, Karabulut (2015) menjelaskan semakin besar pangsa pasar, laba atas investasi yang menghasilkan margin keuntungan lebih besar. Kepuasan pelanggan dan loyalitas mendorong perusahaan untuk profitabilitas yang lebih tinggi dan pertumbuhan pendapatan. Hasil penelitian Rajapathirana & Hui (2017) membuktikan kinerja pasar berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kinerja pasar berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Semakin tinggi kinerja pasar akan meningkatkan kinerja keuangan.
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kinerja inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja pasar. Semakin tinggi kinerja inovasi akan meningkatkan kinerja pasar.
3. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa tipe inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi. Semakin tinggi tipe inovasi akan meningkatkan kinerja inovasi
4. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh positif terhadap tipe inovasi. Semakin tinggi kapabilitas inovasi akan meningkatkan tipe inovasi

5.2. Keterbatasan Penelitian dan Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan diantaranya:

1. Penelitian ini hanya mengambil dari responden manajer koperasi. Saran untuk penelitian selanjutnya untuk menggunakan manajer dari multiindustri seperti industri manufaktur, jasa, atau aneka industri.
2. Teknik pengambilan data menggunakan data primer melalui pengisian kuesioner dirasa belum cukup untuk mengukur kendala-kendala yang dihadapi user dalam mengembangkan inovasi.
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya mengembangkan penelitian dengan melakukan wawancara tentang inovasi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anning-Dorson, T. (2016). Interactivity innovations, competitive intensity, customer demand and performance. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 8(4), 536–554. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-11-2015-0075>
- Anning-Dorson, T. (2017). Customer involvement capability and service firm performance: The mediating role of innovation. *Journal of Business Research*, (July). <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.07.015>
- Chaston, I., & Scott, G. J. (2012). Entrepreneurship and open innovation in an emerging economy. *Management Decision*, 50(7), 1161–1177. <https://doi.org/10.1108/00251741211246941>
- Dadfar, H., Dahlgaard, J. J., Brege, S., & Alamirhoor, A. (2013). Linkage between organisational innovation capability, product platform development and performance: The case of pharmaceutical small and medium enterprises in Iran. *Total Quality Management and Business Excellence*, 24(7-8), 819–834. <https://doi.org/10.1080/14783363.2013.791102>
- 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>
- Fahmi, I. (2013). Analisis Laporan Keuangan. (Alfabeta, Ed.). Bandung.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). Partial Least Square “Konsep, Teknik dan Aplikasi” SmartPLS 2.0 M3. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Given, L. (2008). *The Sage encyclopedia of qualitative research methods*. California: Sage-Thousand Oaks.
- Gloet, M., & Samson, D. (2016). Knowledge Management and Systematic Innovation Capability. *International Journal of Knowledge Management*, 12(2), 54–72. <https://doi.org/10.4018/IJKM.2016040104>

- Gök, O., & Peker, S. (2017). Understanding the links among innovation performance, market performance and financial performance. *Review of Managerial Science*, 11(3), 605–631. <https://doi.org/10.1007/s11846-016-0198-8>
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011). Effects of innovation types on firm performance. *International Journal of Production Economics*, 133(2), 662–676. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2011.05.014>
- 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.
- Hogan, S. J., & Coote, L. V. (2014). Organizational culture, innovation, and performance: A test of Schein's model. *Journal of Business Research*, 67(8), 1609–1621. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.09.007>
- Jerop, L., & Juma, D. (2014). Influence of Strategic Innovation on the Performance of Commercial Banks in Kenya: The Case of Kenya Commercial Bank in Nairobi County. *European Journal of Business Management*, 2(1), 1–19.
- Karabulut, A. T. (2015). Effects of Innovation Types on Performance of Manufacturing Firms in Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1355–1364. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.322>
- Ko, H. T., & Lu, H. P. (2010). Measuring innovation competencies for integrated services in the communications industry. *Journal of Service Management*, 21(2), 162–190. <https://doi.org/10.1108/09564231011039277>
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- 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>
- Lendel, V., & Varmus, M. (2014). Evaluation of the Innovative Business Performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 129, 504–511. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.03.707>
- Lewrick, M., Omar, M., Raeside, R., & Sailer, K. (2010). Education for entrepreneurship and innovation: “Management capabilities for sustainable

- growth and success.” *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 6(1/2), 1–18.
<https://doi.org/10.1108/20425961201000001>
- Nybakk, E., & Jenssen, J. I. (2012). Innovation Strategy, Working Climate, and Financial Performance in Traditional Manufacturing Firms: an Empirical Analysis. *International Journal of Innovation Management*, 16(02), 1250008. <https://doi.org/10.1142/S1363919611003374>
- Oh, C., Cho, Y., & Kim, W. (2015). The effect of a firm’s strategic innovation decisions on its market performance. *Technology Analysis and Strategic Management*, 27(1), 39–53. <https://doi.org/10.1080/09537325.2014.945413>
- Parkman, I. D., Holloway, S. S., & Sebastiao, H. (2012). Creative industries: Aligning entrepreneurial orientation and innovation capacity. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 14(1), 95–114.
<https://doi.org/10.1108/14715201211246823>
- Plescan, M., & Gavriletea, M. (2008). Managing Knowledge in Insurance Companies. *Annales Universitatis Apulensis Series*. Retrieved from <http://oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/1020082/44.pdf>
<http://www.oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/1020082/44.pdf>
- 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>
- Rajapathirana, R. P. J., & Hui, Y. (2017). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 3(1), 44–55. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002>
- Reed, R., Storrud-Barnes, S., & Jessup, L. (2012). How open innovation affects the drivers of competitive advantage. *Management Decision*, 50(1), 58–73.
<https://doi.org/10.1108/00251741211194877>
- Rothkpfh, M., & Wald, A. (2011). Innovation in Commoditized Services: a Study in the Passenger Airline Industry. *International Journal of Innovation Management*, 15(04), 731–753.
<https://doi.org/10.1142/S1363919611003301>
- Sartika, D. (2015). Inovasi Organisasi Dan Kinerja Organisasi : Studi Kasus Pada Pusat Kajian Dan Pendidikan Dan Pelatihan Aparatur III Lembaga Administrasi Negara. *Jurnal Borneo Administrator*, 11(2), 129–151. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/52293-ID-inovasi-organisasi-dan-kinerja-organisas.pdf>

- Sofyan, & Pascasarjana. (2017). Pendahuluan Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis. *JBRM Tirtayasa*, 1(1), 65–80.
- Suatma. (2013). Analisis Strategi Inovasi Atribut Produk dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skuteromatik Merek Hinda. *Jurnal STIE Semarang*, 5(2), 441–452.
- Tjiptono, F. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Toivonen, M., & Tuominen, T. (2009). Emergence of innovations in services. *Service Industries Journal*, 29(7), 887–902.
<https://doi.org/10.1080/02642060902749492>
- Vicente, M., Abrantes, J. L., & Teixeira, M. S. (2015). Measuring Innovation Capabilities in exporting firms: The INNOSCALE. *International Marketing Review*, 32(1), 29–51. <https://doi.org/10.1108/IJOPM-07-2012-0285>
- Wang, C. H., & Hsu, L. C. (2014). Building exploration and exploitation in the high-tech industry: The role of relationship learning. *Technological Forecasting and Social Change*, 81(1), 331–340.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.04.008>
- Yavarzadeh, M. R., & Salamzadeh, Y. (2015). Measurement of Organizational Maturity in Knowledge Management Implementation. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, III(10), 318–344.
- Yıldız, S., Baştürk, F., & Boz, İ. T. (2014). The Effect of Leadership and Innovativeness on Business Performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150, 785–793. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.064>

LAMPIRAN

Lampiran 1

Data Responden Bagian I

Pertanyaan bagian I berupa identitas konsumen. Berilah tanda (√) pada jawaban anda

1. Nama : (boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin : Pria Wanita
3. Umur : < 20 tahun 21-30 tahun
 31-40 tahun lebih dari 41 tahun
4. Jabatan : Manajer Pemasaran
 Manajer keuangan
 Manajer SDM
 Manajer Operasional
 Manajer Lainnya :
6. Masa Kerja : < 5 tahun
 5 sampai dengan 10 tahun
 > 10 tahun

Bagian II

Pertanyaan pada point II merupakan tolak ukur pengaruh dari variabel penelitian ini. Oleh Karena itu saudara/I dimohon memberikan tanda (√) pada salah satu kolom jawaban sesuai dengan pilihan anda.

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak setuju

N : Ragu-ragu

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

ITEM PERNYATAAN:

1. *Kapabilitas Inovasi*

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya berpendapat perusahaan mempunyai inovasi dalam budaya organisasi					
2	Saya berpendapat perusahaan dalam menggunakan pengetahuan dari sumber daya yang berbeda					
3	Saya berpendapat perusahaan mengedepankan keterlibatan karyawan dan pelanggan					

2. Inovasi Produk

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya berpendapat perusahaan mengembangkan produk asli					
2.	Saya berpendapat perusahaan meningkatkan nilai produk					
3.	Saya berpendapat perusahaan menambahkan elemen baru ke produk					
4.	Saya berpendapat perusahaan melakukan spesifikasi teknik ke perusahaan					

3. Inovasi Proses

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya berpendapat perusahaan meningkatkan kecepatan produksi					
2.	Saya berpendapat perusahaan menyusun SOP					
3.	Saya berpendapat perusahaan hubungan proses secara online					
4.	Saya berpendapat perusahaan menyusun standar kerja					
5.	Saya berpendapat perusahaan mampu mengurangi biaya produksi					

4. Inovasi Organisasi

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya berpendapat perusahaan melakukan praktek bisnis baru					
2.	Saya berpendapat perusahaan menyusun sistem manajemen pengetahuan yang baru					
3.	Saya berpendapat perusahaan mampu mendistribusikan tanggung jawab dan pengambilan keputusan					
4.	Saya berpendapat perusahaan mampu membangun hubungan eksternal					
5.	Saya berpendapat perusahaan mampu membangun struktur organisasi					

5. Inovasi Pemasaran

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya berpendapat perusahaan mengembangkan media dan teknik baru					
2.	Saya berpendapat perusahaan membangun saluran dan penempatan penjualan baru					

Lampiran 2

Hasil PLS

Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
KI -> TI	0.879838	0.867557	0.053765	0.053765	16.364410
KIN -> KP	0.764769	0.753583	0.105102	0.105102	7.276473
KP -> KK	0.814458	0.802899	0.074459	0.074459	10.938397
TI -> KIN	0.715569	0.701179	0.122116	0.122116	5.859739

Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
IO1 <- TI	0.866689	0.850890	0.060521	0.060521	14.320351
IO2 <- TI	0.850505	0.840191	0.048165	0.048165	17.658279
IO3 <- TI	0.864123	0.853712	0.051079	0.051079	16.917537
IO4 <- TI	0.880461	0.877319	0.031934	0.031934	27.571658
IO5 <- TI	0.823844	0.804938	0.071788	0.071788	11.476138
IP1 <- TI	0.749553	0.727081	0.104554	0.104554	7.169048
IP2 <- TI	0.822880	0.803248	0.076297	0.076297	10.785235
IP3 <- TI	0.763532	0.734114	0.110907	0.110907	6.884460
IPP1 <- TI	0.842503	0.826641	0.061377	0.061377	13.726678
IPP2 <- TI	0.823585	0.823373	0.047025	0.047025	17.513779
IPP3 <- TI	0.776200	0.770730	0.063237	0.063237	12.274418
IPP4 <-	0.879904	0.868581	0.049820	0.049820	17.661486

TI					
IPS1 <- TI	0.791410	0.770458	0.090544	0.090544	8.740649
IPS2 <- TI	0.806865	0.798678	0.048136	0.048136	16.762079
IPS3 <- TI	0.835768	0.827380	0.050606	0.050606	16.515323
KI1 <- KI	0.908421	0.901566	0.037027	0.037027	24.534037
KI2 <- KI	0.883078	0.873573	0.045093	0.045093	19.583446
KI3 <- KI	0.890330	0.883983	0.038877	0.038877	22.901385
KIN1 <- KIN	0.849260	0.800248	0.188527	0.188527	4.504706
KIN2 <- KIN	0.842137	0.799769	0.170273	0.170273	4.945799
KIN3 <- KIN	0.817201	0.772216	0.175607	0.175607	4.653577
KIN4 <- KIN	0.654376	0.666307	0.128200	0.128200	5.104325
KK1 <- KK	0.873554	0.864541	0.049910	0.049910	17.502416
KK2 <- KK	0.922701	0.914456	0.032867	0.032867	28.073673
KK3 <- KK	0.882494	0.875548	0.042803	0.042803	20.617725
KP1 <- KP	0.777542	0.754627	0.091764	0.091764	8.473291
KP2 <- KP	0.916118	0.908673	0.035053	0.035053	26.135261
KP3 <- KP	0.922543	0.917005	0.036607	0.036607	25.201259

Cronbachs Alpha

	Cronbachs Alpha
KI	0.874430
KIN	0.805455
KK	0.873678

KP	0.843139
TI	0.966564

Table of contents

Latent Variable Correlations

	KI	KIN	KK	KP	TI
KI	1.000000				
KIN	0.630327	1.000000			
KK	0.647159	0.704750	1.000000		
KP	0.706563	0.764769	0.814458	1.000000	
TI	0.879838	0.715569	0.653176	0.758794	1.000000

Table of contents

R Square

	R Square
KI	
KIN	0.512038
KK	0.663342
KP	0.584872
TI	0.774115

Table of contents

Cross Loadings

	TI	KI	KIN	KK	KP
IO1	0,867	0,762	0,678	0,666	0,693
IO2	0,851	0,803	0,594	0,509	0,560
IO3	0,864	0,791	0,643	0,665	0,706
IO4	0,880	0,748	0,644	0,545	0,677
IO5	0,824	0,815	0,545	0,496	0,656
IP1	0,750	0,601	0,529	0,437	0,512
IP2	0,823	0,721	0,520	0,526	0,648

IP3	0,764	0,670	0,587	0,573	0,714
IPP1	0,843	0,700	0,625	0,561	0,616
IPP2	0,824	0,679	0,519	0,482	0,600
IPP3	0,776	0,630	0,466	0,383	0,516
IPP4	0,880	0,737	0,629	0,579	0,623
IPS1	0,791	0,730	0,618	0,629	0,685
IPS2	0,807	0,720	0,547	0,437	0,512
IPS3	0,836	0,753	0,677	0,551	0,651
KI1	0,520	0,908	0,617	0,616	0,700
KI2	0,591	0,883	0,528	0,536	0,533
KI3	0,546	0,890	0,542	0,583	0,662
KIN1	0,421	0,388	0,849	0,605	0,571
KIN2	0,459	0,335	0,842	0,592	0,606
KIN3	0,483	0,431	0,817	0,566	0,502
KIN4	0,574	0,517	0,654	0,465	0,568
KK1	0,625	0,640	0,653	0,874	0,693
KK2	0,601	0,572	0,641	0,923	0,737
KK3	0,511	0,506	0,585	0,882	0,634
KP1	0,540	0,754	0,573	0,589	0,778
KP2	0,613	0,536	0,581	0,759	0,916
KP3	0,651	0,584	0,557	0,777	0,923

Table of contents

AVE

	AVE
KI	0.799247
KIN	0.631616
KK	0.797757
KP	0.764977
TI	0.682519