

# **PENGARUH KEMAMPUAN INOVASI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN**

**(Studi pada UKM Batik Jumputan di Yogyakarta)**

Oleh :

**ABDUL MALIK SAIN**

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

## **ABSTRAK**

Penelitian ini mengambil judul “**PENGARUH KEMAMPUAN INOVASI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi pada UKM Batik Jumputan di Yogyakarta)**”. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi (*innovation capability*) terhadap kinerja operasional (*operasional performance*) pada UKM batik jumputan dan untuk mengetahui kinerja operasional yang memediasi pengaruh kemampuan inovasi terhadap kualitas produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan inovasi dan kinerja operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk pada UKM batik jumputan di Yogyakarta. Hasil juga menemukan bahwa kemampuan inovasi berpengaruh secara tidak langsung terhadap kualitas produk melalui kinerja operasional. Hasil ini menunjukkan bahwa ada korelasi positif yang artinya semakin baik kemampuan inovasi maka kualitas produk yang dihasilkan oleh UKM akan semakin meningkat. Kemampuan inovasi juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja operasional, hal ini berarti bahwa semakin baik kemampuan inovasi maka kinerja operasional semakin meningkat.

*Kata kunci : Kemampuan Inovasi, Kinerja perusahaan, UKM Batik Jumputan, Yogyakarta*

## **A. PENDAHULUAN**

Inovasi merupakan satu kata yang sudah tidak asing lagi bagi telinga kita yang merupakan satu kata kunci bagi kalangan dunia usaha. Di era baru millennium ini, di mana pasar penjualan sudah mulai bergerak ke pasar pembeli, peran inovasi tampak semakin penting dan sangat menentukan untuk bisa memenangkan persaingan. Sedangkan pada abad dua puluh satu, yang bisa di katakana sebagai era globalisasi yang sesungguhnya, peran inovasi tentunya akan lebih penting dan menentukan lagi, meskipun formatnya agak sedikit berbeda karena adanya pergeseran pasar dari pasar local dan regional ke pasar global. Seperti telah di ketahui bahwa pasar global tidak hanya menghasilkan persaingan yang lebih ketat tetapi juga lebih tidak berpola dan kompleks dengan di warnai perkembangan teknologi informasi yang pesat, sebagai pasar persaingan sempurna.

Larsen, P and Lewis, A, (2007) menyatakan bahwa salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi. Tanpa adanya inovasi perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya akan mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhannya mereka. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus jika perusahaan akan berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya. Inovasi adalah sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama ada tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya. Dalam melakukan inovasi perlu memperhatikan prinsip-

prinsip sebagai berikut: a. Menganalisis peluang, b. Apa yang harus dilakukan untuk memuaskan peluang, c. Sederhana dan terarah, d. Dimulai dari yang kecil, dan e. Kepemimpinan. Hills (2008) mendefinisikan inovasi sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seorang individu atau unit pengguna lainnya. Suryana (2003) inovasi yaitu: sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan.

Dalam kegiatan berinovasi perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut tidak terlepas dari kinerja operasional, dimana kinerja operasional merupakan kegiatan sumber daya yang memiliki pengaruh bagi perusahaan dalam pencapaian prestasi dan kinerja perusahaan. Pencapaian prestasi dan kinerja perusahaan dapat diukur melalui kinerja keuangan dan kinerja operasional, kinerja keuangan dapat diukur melalui kondisi keuangan perusahaan dari tahun ketahun. Sementara kinerja operasional dapat diukur melalui kondisi capaian dalam pengoperasionalan perusahaan. Capaian kinerja operasional yang baik diperluka dukungan dari kinerja organisasional, yang mana kinerja organisasional merupakan *competitive advantage* yang bukan merupakan tujuan akhir, melainkan alat untuk mencapai tujuan organisasi, yaitu kinerja organisasi yang menghasilkan keuntungan (*profit*) yang relatif tinggi (Ferdinand, 2013). Berjalan atau tidaknya kegiatan inovasi sangat ditentukan oleh kemampuan sumber daya manusia dan inovasi yang dimiliki dalam perusahaan untuk melaksanakannya seperti inovasi proses, inovasi produk, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi.

Dalam penelitian Psomas (2015) menemukan bahwa kemampuan inovasi berpengaruh signifikan terhadap kualitas produk dan kinerja operasional perusahaan. Sementara Psomas Kafetzopoulos (2015) menemukan bahwa kemampuan inovasi secara langsung berpengaruh terhadap kualitas produk dan kinerja operasional. Meskipun tidak berpengaruh secara langsung terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur namun kemampuan inovasi berpengaruh tidak langsung terhadap melalui kinerja operasional. Dengan demikian, kemampuan inovasi merupakan peluang bagi perusahaan manufaktur untuk meningkatkan kinerjanya.

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak loyalnya konsumen sehingga penjualan produknya pun akan cenderung menurun. Jika pemasar memperhatikan kualitas, bahkan diperkuat dengan periklanan dan harga yang wajar maka konsumen tidak akan berpikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk (Kotler dan Armstrong, 2008).

Kinerja operasional adalah satu hal yang selalu ada di perusahaan dalam menciptakan atau meningkatkan keunggulan kompetitif. Kinerja operasional yang maksimal dapat dijelaskan dengan beberapa indikator seperti biaya produksi yang rendah, menghasilkan produk yang berkualitas, dan menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi perusahaan. Di dalam penelitian ini, kinerja operasional adalah variabel mediasi yang menguji pengaruh penerapan kemampuan inovasi terhadap kualitas produk.

Berbeda dari batik kebanyakan yang memang merupakan warisan keratonan maupun cerminan sejarah, batik jumputan tercipta dari kreativitas pengrajin yang tidak pernah berhenti berinovasi. Batik jumputan adalah jenis batik yang dikerjakan dengan teknik ikat celup untuk menciptakan gradasi warna yang menarik. Tidak ditulis dengan malam seperti kain batik pada umumnya, kain akan diikat lalu dicelupkan ke dalam warna. Teknik celup rintang, yakni menggunakan tali untuk menghalangi bagian tertentu pada kain agar tidak menyerap warna sehingga terbentuklah sebuah motif.

Berdasarkan fenomena tersebut diatas maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah apakah kemampuan inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas produk (*product quality*), kinerja operasional (*operational performance*), kualitas produk (*product quality*), dan pengaruh kemampuan inovasi (*innovation capability*) terhadap kualitas produk (*product quality*).

## **B. LANDASAN TEORI**

Pada penelitian ini akan berfokus pada 4 variabel acuan dalam perusahaan menerapkan kemampuan inovasinya, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dimitrios Kafetzopoulos dan Evangelos Psomas (2013) yaitu inovasi produk (*product innovation*), inovasi proses (*process innovation*), inovasi pasar (*market innovation*) dan inovasi organisasi (*organizational innovation*). Dengan menggunakan berbagai pandangan teori penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi (*innovation capability*) terhadap kinerja operasional (*operational performance*) pada UKM batik jumputan dan untuk mengetahui kinerja operasional yang memediasi pengaruh kemampuan inovasi terhadap kualitas produk. Metode analisis data menggunakan metode kuantitatif dengan mengambil sampel dari seluruh populasi UKM Batik jumputan yang berjumlah 40 UKM di Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan inovasi dan kinerja operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk pada UKM batik jumputan di Yogyakarta.

### **1. Kemampuan inovasi (*innovation capability*)**

Kata inovasi berasal dari kata latin, “*innovation*” yang berarti pembaruan dan perubahan. Kata kerjanya “*innova*” yang artinya memperbarui dan mengubah. Inovasi dapat diartikan sebagai “proses” dan atau “hasil” pengembangan dan pemanfaatan atau mobilisasi pengetahuan, keterampilan (termasuk keterampilan teknologis) dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang dan/atau jasa), proses, dan sistem yang baru, yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan (terutama ekonomi dan sosial).

Pervaiz K. Ahmed and Charles D. Shepherd (2010) menyatakan inovasi perusahaan dapat menghasilkan R&D (*Research and Development*), produksi serta pendekatan pemasaran dan akhirnya mengarah kepada komersialisasi inovasi tersebut. Dengan kata lain inovasi adalah proses mewujudkan ide baru, yang berbeda dengan yang dulu, dengan cara produksi atau dengan membuatnya menjadi nyata, dimana inovasi termasuk generasi evaluasi, konsep baru dan implementasi. Dimana penggunaan metode baru dan berbeda serta teknologi untuk meningkatkan kualitas biaya atau lebih rendah, untuk memenuhi atau melampaui target perusahaan.

Pervaiz K. Ahmed and Charles D. Shepherd (2010) inovasi tidak hanya terbatas pada benda atau barang hasil produksi, tetapi juga mencakup sikap hidup, perilaku, atau gerakan-gerakan menuju proses perubahan di dalam segala bentuk tata kehidupan masyarakat. Jadi, secara umum, inovasi berarti suatu ide, produk, informasi teknologi, kelembagaan, perilaku, nilai-nilai, dan praktik-praktik baru yang belum banyak diketahui, diterima, dan digunakan atau diterapkan oleh sebagian besar warga masyarakat dalam suatu lokalitas tertentu, yang dapat digunakan atau mendorong terjadinya perubahan-perubahan di segala aspek kehidupan masyarakat demi terwujudnya perbaikan mutu setiap individu dan seluruh warga masyarakat yang bersangkutan. Inovasi sebagai suatu “obyek” juga memiliki arti sebagai suatu produk atau praktik baru yang tersedia bagi aplikasi, umumnya dalam suatu konteks komersial. Biasanya, beragam tingkat kebaruannya dapat dibedakan, bergantung pada konteksnya. suatu inovasi dapat bersifat baru bagi suatu perusahaan, baru bagi pasar, negara maupun daerah, serta secara global. Sementara itu, inovasi sebagai suatu “aktivitas” merupakan proses penciptaan inovasi, seringkali diidentifikasi dengan komersialisasi suatu invensi.

Everett M. Rogers (2003) menyebutkan beberapa karakteristik inovasi yang akan mempengaruhi cepat atau lambatnya penerimaan inovasi di tengah-tengah masyarakat, yaitu sebagai berikut:

- a. Keunggulan relatif (*relative advantage*) – Keunggulan relatif yaitu sejauh mana inovasi dianggap menguntungkan bagi penerimanya. Tingkat keuntungan atau kemanfaatan suatu inovasi dapat diukur berdasarkan nilai ekonominya, atau dari faktor status sosial, kesenangan, kepuasan, atau karena mempunyai komponen yang sangat penting. Makin menguntungkan bagi penerima makin cepat tersebar nya inovasi.
- b. Kompatibilitas (*compatibility*) - Kompatibel ialah tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai, pengalaman lalu, dan kebutuhan dari penerima. Inovasi yang tidak sesuai dengan nilai atau norma yang diyakini oleh penerima tidak akan diterima secepat inovasi yang sesuai dengan norma yang ada di masyarakat.
- c. Kerumitan (*complexity*) - Kompleksitas ialah, tingkat kesukaran untuk memahami dan menggunakan inovasi bagi penerima. Suatu inovasi yang mudah dimengerti dan mudah digunakan oleh penerima akan cepat tersebar, sedangkan inovasi yang sukar dimengerti atau sukar digunakan oleh penerima akan lambat proses penyebarannya.
- d. Kemampuan diujicobakan (*trialability*) – Kemampuan untuk diujicobakan adalah di mana suatu inovasi dapat dicoba atau tidaknya suatu inovasi oleh penerima. Jadi agar dapat dengan cepat di adopsi, suatu inovasi harus mampu mengemukakan keunggulannya.
- e. Kemampuan untuk diamati (*observability*) - Yang dimaksud dengan dapat diamati ialah mudah atau tidaknya pengamatan suatu hasil inovasi. Suatu inovasi yang hasilnya mudah diamati akan makin cepat diterima oleh masyarakat, dan sebaliknya bila sukar diamati hasilnya, akan lama diterima oleh masyarakat.

Kemampuan inovasi merupakan kemampuan organisasi untuk mengadopsi atau mengimplementasikan gagasan baru, proses dan produk baru (Hurley & Hult, 1998). Martinez, *et al* (2011) menyebutkan bahwa kemampuan inovasi adalah menghasilkan ide-ide baru dan ilmu untuk mendapat keuntungan dari peluang pasar. Sedangkan kemampuan inovasi produk menurut Wonglimpiyarat (2010) adalah kemampuan untuk membawa pengetahuan baru atau teknologi untuk mengembangkan produk baru. Kemampuan berinovasi mutlak sangat diperlukan dalam sebuah bisnis yang memiliki banyak pesaing (*competitors*) dan rentan akan kejenuhan. Inovasi merupakan inti dari kompetensi bisnis di abad 21. Bukan hanya untuk mampu bersaing dan tumbuh, terlebih lagi adalah untuk bertahan hidup dalam situasi ekonomi global, itulah sehingga bisnis perlu berinovasi. Kebanyakan peneliti sepakat atas definisi inovasi yang mencakup hasil produk dan proses baru. Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada kinerja perusahaan. Macam Inovasi berdasarkan fungsi ada dua yaitu inovasi teknologi dapat berupa produk, pelayanan atau proses produksi dan inovasi administrasi dapat bersifat organisasional, struktural, dan inovasi sosial (Brazeal & Herbert, 1999).

Dalam penelitian ini disebutkan berbagai macam kemampuan inovasi perusahaan, antara lain :

- a. Inovasi produk
- b. Inovasi proses
- c. Inovasi pemasaran
- d. Inovasi organisasi

- e. Inovasi administrasi, mengacu pada ide-ide baru untuk meningkatkan struktur organisasi.

## 2. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2008) kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya.

Menurut Kotler (2009), kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Sedangkan menurut Tjiptono (2008), kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan definisi-definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan suatu produk dan jasa yang melalui beberapa tahapan proses dengan memperhitungkan nilai suatu produk dan jasa tanpa adanya kekurangan sedikitpun nilai suatu produk dan jasa, dan menghasilkan produk dan jasa sesuai harapan tinggi dari pelanggan.

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak loyalnya konsumen sehingga penjualan produknya pun akan cenderung menurun. Jika pemasar memperhatikan kualitas, bahkan diperkuat dengan periklanan dan harga yang wajar maka konsumen tidak akan berpikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk (Kotler dan Amstrong, 2008).

Menurut Kotler and Amstrong (2008) arti dari kualitas produk adalah “*the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes*” yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan. Kualitas produk dibentuk oleh beberapa indikator antara lain kemudahan penggunaan, daya tahan, kejelasan fungsi, keragaman ukuran produk, dan lain-lain Kotler, (2009). Konsumen senantiasa melakukan penilaian terhadap kinerja suatu produk, hal ini dapat dilihat dari kemampuan produk menciptakan kualitas produk dengan segala spesifikasinya sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Berdasarkan bahasan di atas dapat dikatakan bahwa kualitas yang diberikan suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

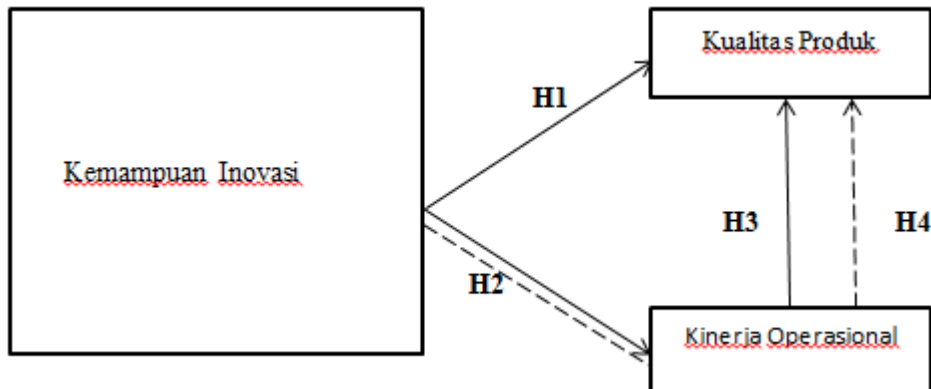
## 3. Kinerja Operasional

Kinerja operasional merupakan sekumpulan kegiatan sumber daya yang memiliki pengaruh di dalam perusahaan dalam menciptakan atau meningkatkan keunggulan kompetitif. Kinerja operasional yang maksimal dapat dijelaskan dengan beberapa indikator seperti biaya

produksi yang rendah, menghasilkan produk yang berkualitas, dan menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi perusahaan.

Ketokivi dan Schroeder (2004) menjelaskan bahwa Kinerja operasional biasanya diukur sebagai komposit dari beberapa dimensi kinerja. Naser *et al* (2004) dan mencerminkan kinerja operasi internal perusahaan dalam hal kualitas produk / proses, efisiensi dan produktivitas. Dalam penelitian ini, Faktor "kinerja operasional" diukur melalui produktivitas, efisiensi dan efektivitas perusahaan.

### C. KERANGKA DAN MODEL PENELITIAN



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan kerangka penelitian / rerangka penelitian ( gambar 1) maka dalam penelitian ini terdapat beberapa hipotesis yang dapat dirumuskan, yaitu :

H1 = Terdapat pengaruh yang signifikan kemampuan inovasi (*innovation capability*) terhadap kualitas produk (*product quality*) UKM Batik jumputan Yogyakarta.

H2 = Terdapat pengaruh yang signifikan kemampuan inovasi (*innovation capability*) terhadap kinerja operasional (*operational performance*) UKM Batik jumputan Yogyakarta.

H3 = Terdapat pengaruh yang signifikan kinerja operasional (*operational performance*) terhadap kualitas produk (*product quality*) UKM Batik jumputan Yogyakarta.

H4 = Kinerja operasional (operational performance) mampu memediasi pengaruh kemampuan inovasi (*innovation capability*) terhadap kualitas produk (*product quality*) UKM Batik Jumputan Yogyakarta.

#### D. METODE PENELITIAN

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh UKM Batik jumputan yang berjumlah 40 UKM di Yogyakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah metode sensus, karena seluruh 40 UKM Batik Jumputan di Yogyakarta sudah menerapkan kemampuan untuk melakukan inovasi.

Sedangkan variabel yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas, variabel terikat dan variabel mediasi. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (Sugiyono, 2011). Variabel bebas dalam penelitian adalah kemampuan inovasi (X). Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2011), variabel terikat dalam penelitian ini adalah kualitas produk (*product quality*) (Y). Sedangkan variabel mediasi ialah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat di amati dan di ukur. Variabel Mediasi dalam penelitian ini adalah kinerja operasional (Z).

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Analisis diawali dengan uji validitas dan reliabilitas, selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis dengan Analisis regresi berganda.

#### E. HASIL ANALISIS

Analisis deskriptif berupa karakteristik responden, serta penilaian responden terhadap variabel penelitian yaitu kemampuan inovasi, kualitas produk dan kinerja operasional perusahaan.

##### 1. Karakteristik Responden

###### a. Jenis Kelamin Responden

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan jenis kelamin seperti ditunjukkan pada tabel 1 berikut:

**Table 1. Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	15	37.5%
Wanita	25	62.5%
Total	40	100.0%

Sumber : Hasil olah SPSS, 2018

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa pengelola atau pemilik pada Batik Jumputan di Yogyakarta adalah berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 15 orang atau sebesar 37,5% dan sisanya sebesar 25 orang atau 62,5% adalah wanita. Hal ini

menunjukkan bahwa yang menjadi manajer atau pemilik mayoritas adalah wanita dibandingkan pria.

#### b. Umur Responden

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan umur seperti ditunjukkan pada tabel 2 berikut:

**Table 2. Umur Responden**

Umur	Jumlah	Persentase
< 35 tahun	5	12.5%
35 - 45 tahun	8	20.0%
45 - 55 tahun	15	37.5%
> 55 tahun	12	30.0%
Total	40	100.0%

Sumber : Hasil olah SPSS, 2018

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa pemilik UKM Batik jumptan di Yogyakarta adalah berumur antara 45 – 55 tahun yaitu sebanyak 15 orang atau sebesar 37,5%, berusia antara 35 – 45 tahun sebesar 8 orang atau 20%, berusia lebih dari 55 tahun sebanyak 12 orang atau 30%, dan usia kurang dari 35 tahun sebanyak 5 orang atau 12,5% dan kurang dari 20 tahun sebanyak 2 orang atau 3,1%. Hal ini menunjukkan bahwa yang menjadi pengrajin batik jumptan mayoritas berusia dewasa dan masih produktif, sehingga memiliki pengalaman yang cukup tentang batik dan kain.

#### c. Pendidikan terakhir Responden

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan pendidikan terakhir seperti ditunjukkan pada tabel 3 berikut:

**Tabel 3. Pendidikan terakhir Responden**

Pendidikan terakhir	Jumlah	Persentase
SD	2	5.0%
SMP	7	17.5%
SMA	14	35.0%
Diploma	14	35.0%
Sarjana	3	7.5%
Total	40	100.0%

Sumber : Hasil olah SPSS, 2018

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa pengrajin batik jumptan di Yogyakarta tamat SD sebanyak 2 orang atau sebesar 5%, SMP sebesar 7 orang atau 17,5%, SMA dan diploma masing – masing sebesar 14 orang atau 35%, dan sarjana sebesar 3 orang atau 7,5%. Hal ini menunjukkan bahwa pengrajin batik jumptan di Yogyakarta mayoritas berpendidikan menengah keatas dan lulusan perguruan tinggi.



#### d. Umur UKM

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan umur UKM seperti ditunjukkan pada tabel 4 berikut:

**Tabel 4. Umur UKM**

Umur perusahaan	Jumlah	Persentase
< 1 tahun	5	12.5%
1 - 3 tahun	3	7.5%
3 - 5 tahun	8	20.0%
6 - 10 tahun	12	30.0%
> 10 tahun	12	30.0%
Total	40	100.0%

Sumber : Hasil olah SPSS, 2018

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa umur UKM antara 6 – 10 tahun dan lebih dari 10 tahun yaitu sebanyak 12 UKM atau sebesar 30%. Hal ini menunjukkan bahwa UKM Batik jumputan di Yogyakarta sudah lama berdiri.

#### 2. Persepsi responden terhadap variabel Kemampuan Inovasi, Kinerja Operasional, dan Kualitas Produk

Persepsi atau penilaian variabel penelitian diukur dengan jawaban responden pada kusioner yaitu dengan skor terendah 1 (sangat tidak setuju), dan skor tertinggi adalah 5 (Sangat setuju). Sehingga dalam menentukan kriteria penilaian responden dapat dilakukan dengan interval sebagai berikut :

Skor persepsi terendah adalah : 1

Skor persepsi tertinggi adalah : 5

$$5 - 1$$

$$\text{Interval} = \frac{\quad}{5} = 0,80$$

$$5$$

Sehingga diperoleh batasan persepsi adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,79 = Sangat Rendah

1,80 – 2,59 = Rendah

2,60 – 3,39 = Sedang

3,40 – 4,19 = Tinggi

4,20 – 5,00 = Sangat Tinggi

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel penelitian dapat ditunjukkan dengan tabel berikut :

##### a. Variabel Kemampuan Inovasi (X)

Kemampuan inovasi terdiri dari 20 item pertanyaan, hasil analisis deskriptif dapat ditunjukkan pada table 5 berikut :

**Tabel 5**  
*Penilaian Variabel Kemampuan Inovasi*

No	Kemampuan Inovasi	Mean	Rata - rata
1	Pengenalan produk baru dan produk inovatif ke pasar.	3.85	Tinggi
2	Mengembangkan produk baru dengan teknologi	3.70	Tinggi
3	Mengembangkan produk baru dalam perseorangan, tim dan pelatihan	3.88	Tinggi
4	Penggunaan bahan dan desain baru.	3.78	Tinggi
5	Pengembangan dan modifikasi produk	3.75	Tinggi
6	Penambahan teknologi baru.	3.73	Tinggi
7	Menjadi perintis proses baru	3.75	Tinggi
8	Kemampuan perusahaan dalam mengatur proses, proses, inventori, dll	3.85	Tinggi
9	Respon terhadap proses baru dari perusahaan lain.	3.83	Tinggi
10	Mampu meningkatkan mesin dan perlengkapan yang	3.83	Tinggi
11	Memiliki kedekatan hubungan dengan pelanggan	3.90	Tinggi
12	Memiliki pengetahuan yang baik dari segmen pasar	3.98	Tinggi
13	Efisiensi penjualan	3.93	Tinggi
14	Distribusi produk yang efisien	3.83	Tinggi
15	Memiliki pengetahuan yang baik dari berbagai situasi	3.75	Tinggi
16	Memiliki koordinasi penjualan, pemasaran, produksi	3.85	Tinggi
17	Memiliki tingkat kontrol fungsi-fungsi utama yang	3.73	Tinggi
18	Memiliki kemampuan untuk mengembangkan	3.88	Tinggi
19	Memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi startegi inovatif	3.75	Tinggi
20	Memiliki kemampuan dalam identifikasi peluangpeluang dan ancaman-ancaman	3.78	Tinggi
Rata - rata total		3.81	Tinggi

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 5 menunjukkan bahwa rata - rata penilaian responden terhadap kemampuan inovasi adalah sebesar 3,81. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada item Memiliki pengetahuan yang

baik dari segmen pasar dengan rata-rata sebesar 3,98 (tinggi), dan penilaian terendah terjadi pada Mengembangkan produk baru dengan teknologi dengan rata – rata sebesar 3,70 (tinggi). Hal ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang tinggi terhadap variabel Kemampuan inovasi karena berada pada interval 3,40 – 4,19. Hal ini disebabkan karena perusahaan mengadopsi atau mengimplementasikan gagasan baru, proses dan produk baru, karena kemampuan berinovasi mutlak sangat diperlukan dalam sebuah bisnis yang memiliki banyak pesaing (*competitors*) dan rentan akan kejenuhan.

**b. Variabel Kinerja Operasional (Z)**

Hasil analisis deskriptif pada variabel Kinerja operasional Perusahaan dapat ditunjukkan pada tabel berikut ;

**Tabel 6**

*Penilaian Variabel Kinerja Operasional*

No	Variabel Kinerja Operasional	Mean	Rata - rata
1	Produktivitas perusahaan	4.03	Tinggi
2	Efisiensi perusahaan	4.15	Tinggi
3	Biaya pasokan, produksi dan penjualan.	3.88	Tinggi
4	Efektifitas proses perusahaan	3.70	Tinggi
5	Pengiriman produk kepada konsumen tepat waktu, tempat dan jumlah yang benar	3.95	Tinggi
	Rata - rata total	3.94	Tinggi

Sumber : Data Primer yang diolah 2018

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 6 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap Kinerja Operasional adalah sebesar 3,94. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada efisiensi perusahaan dengan rata-rata sebesar 4,15 (tinggi), dan penilaian terendah terjadi pada efektifitas proses perusahaan dengan rata – rata sebesar 3,70 (tinggi). Hal ini berarti responden telah memberikan penilaian yang tinggi terhadap variabel Kinerja Operasional karena berada pada interval 3,40 – 4,19, karena UKM batik jumputan di Yogyakarta memiliki produktivitas, dan efisiensi yang tinggi, serta pengiriman produk kepada konsumen tepat waktu.

**c. Variabel Kualitas produk (Y)**

Hasil analisis deskriptif pada variabel Kualitas produk dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 7**

*Penilaian Variabel Kualitas produk*

No	Item Kualitas produk	Rata-rata	Kategori
1	Produk Batik Jumputan yang dihasilkan UKM kualitasnya dapat dibandingkan dengan pesaingnya.	3.90	Tinggi

2	Produk Batik Jumputan yang dihasilkan UKM memiliki keandalan produk	3.85	Tinggi
3	Produk Batik Jumputan yang dihasilkan UKM memiliki ketahanan produk.	4.00	Tinggi
4	Adanya penyesuaian produk kepada spesifikasi perusahaan	4.03	Tinggi
Rata-rata Total		3.94	Tinggi

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 7 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap Kualitas produk adalah sebesar 3,94 (tinggi). Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada penyesuaian produk kepada spesifikasi perusahaan dengan rata-rata sebesar 4,03 (tinggi), dan penilaian terendah terjadi pada produk Batik Jumputan yang dihasilkan UKM memiliki keandalan produk dengan rata – rata sebesar 3,85 (tinggi). Hal ini berarti responden telah memberikan penilaian yang setuju terhadap variabel Kualitas produk karena berada pada interval 3,40 – 4,19, karena produk Batik Jumputan yang dihasilkan UKM kualitasnya dapat dibandingkan dengan pesaingnya, memiliki keandalan produk, awet, dan adanya penyesuaian produk kepada spesifikasi perusahaan.

## 1. Hasil Regresi Berganda

Hasil analisis regresi berganda dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 8**  
**Estimasi Regresi Berganda**

Variabel Penelitian	Koefisien regresi	Beta	t	sig
(Constant)	0.876		1.456	0.154
Kemampuan inovasi	0.394	0.387	2.676	0.011
Kinerja operasional	0.397	0.362	2.501	0.017
R <sup>2</sup>	0.422			
F	13.514		Sig.F	0.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Hasil uji F diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 13,514 dan **p value** sebesar 0,000, sehingga  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama variabel kemampuan inovasi dan kinerja operasional terhadap kualitas produk pada UKM Batik jumputan di Yogyakarta.

Berdasarkan Tabel 8 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel Kemampuan inovasi (X) terdapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,676 dan p value sebesar 0.011 yang berarti  $0,011 < 0,05$ , artinya variabel Kemampuan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas produk pada UKM Batik jumputan di Yogyakarta. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis pertama yang menyatakan “**Kemampuan inovasi Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas produk**” di terima.

## 2. Hasil Regresi Sederhana

Model Regresi sederhana untuk Kemampuan inovasi (X) terhadap Kinerja operasional (Z) mempunyai formula sebagai berikut:

$$Z = B_0 + B_3X$$

Hasil analisis regresi sederhana dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 9**  
**Estimasi Regresi Sederhana**

Variabel Penelitian	b	Beta	t	sig
(Constant)	2.160		4.286	0.000
Kemampuan inovasi	0.467	0.504	3.596	0.001
R <sup>2</sup>	0.254			

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Pada Tabel 9 di atas perhitungan Regresi sederhana dengan menggunakan program komputer didapat hasil sebagai berikut:

$$Z = 2,160 + 0,394X$$

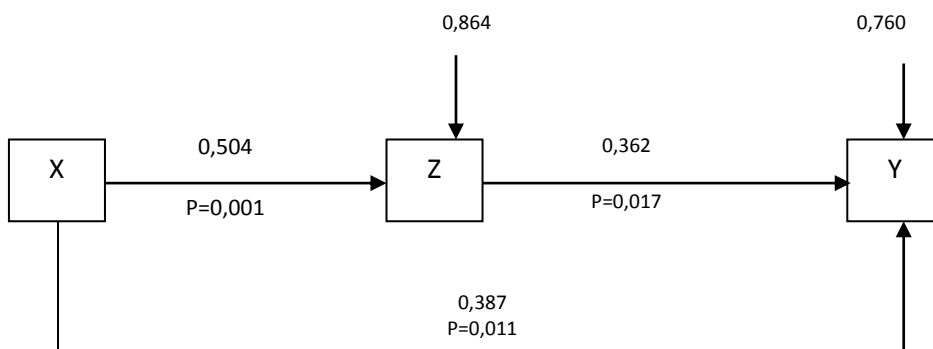
$$e1 = \text{Standar error } (\sqrt{1 - R^2}) = \sqrt{(1 - 0,254)} = 0,864$$

Berdasarkan Tabel 9 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel Kemampuan inovasi (X) terdapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,596 dan p value sebesar 0,001 yang berarti  $0,001 < 0,05$  artinya variabel Kemampuan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja operasional pada UKM Batik jumputan di Yogyakarta.

Hasil uji koefisien determinasi (*R square*) pengaruh Kemampuan inovasi terhadap Kinerja operasional sebesar 0,254. Hasil ini dapat diartikan bahwa praktek Kinerja operasional dapat dijelaskan sebesar 25,4% oleh variabel Kemampuan inovasi dan sisanya sebesar 74,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian.

## 3. Model Diagram Jalur

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda dan analisis regresi linier sederhana maka dapat digambarkan diagram jalur sebagai berikut:



Gambar 4.1. Diagram Jalur Model Penelitian

Dari hasil analisis jalur dapat ditentukan besarnya pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung sebagai berikut :

a) Pengaruh langsung X ke Z	=0,504
b) Pengaruh langsung Z ke Y	= 0,362
c) Pengaruh tidak langsung X ke Z ke Y	= $0,504 \times 0,362 = 0,182$
d) Pengaruh langsung X ke Y	= 0,387
e) Pengaruh Total	= $0,387 + 0,182 = 0,569$

Berdasarkan gambar diagram jalur dapat diketahui bahwa Kemampuan inovasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja operasional. Hal ini dibuktikan dengan koefisien jalur (Beta) sebesar 0,504 dan  $\text{sig}=0,001 < 0,05$ . Begitu juga dengan pengaruh Kinerja operasional terhadap Kualitas produk terbukti signifikan, dengan koefisien jalur (beta) sebesar 0,362 dan  $\text{sig}=0,017 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa Kemampuan inovasi berpengaruh secara tidak langsung terhadap Kualitas produk dengan koefisien jalur tidak langsung sebesar 0,182 ( $0,504 \times 0,362$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung sebesar 0,182 lebih kecil dibandingkan pengaruh langsungnya yaitu sebesar 0,387. Hal ini berarti kemampuan inovasi berpengaruh tidak langsung dan signifikan terhadap kualitas produk yang dimediasi oleh kinerja operasional dalam penelitian ini **tidak didukung (H4 ditolak)**.

## F. Pembahasan

### 1. Pengaruh Kemampuan Inovasi Terhadap Kualitas Produk di UKM Batik Jumputan Yogyakarta

Hasil penelitian membuktikan bahwa Kemampuan Inovasi Memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Produk. Hal ini berarti semakin baik Kemampuan inovasi maka Kualitas produk semakin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Dimitrios Kafetzopoulos dan Evangelos Psomas (2013) yang menemukan bahwa kemampuan Kemampuan inovasi berpengaruh signifikan terhadap Kualitas produk.

Terbukti kemampuan inovasi memiliki efek yang signifikan terhadap kualitas produk. Dengan demikian, dapat di katakan bahwa kemampuan inovasi merupakan factor penting untuk meningkatkan kualitas produk. Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada kinerja perusahaan.

### 2. Pengaruh Kemampuan Inovasi Terhadap Kinerja Operasional di UKM Batik Jumputan di Yogyakarta

Hasil penelitian membuktikan bahwa Kemampuan Inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Operasional. Hal ini berarti semakin baik Kemampuan Inovasi maka Kinerja Operasional semakin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Dimitrios Kafetzopoulos dan Evangelos Psomas (2013) menemukan bahwa kemampuan inovasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja operasional.

Terbukti Kemampuan inovasi memiliki efek signifikan terhadap kinerja operasional, hal ini menunjukkan bahwa kemampuan inovasi dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi dan efektivitas perusahaan. Inovasi berarti suatu ide, produk, informasi teknologi, kelembagaan, perilaku, nilai-nilai, dan praktik-praktik baru yang

belum banyak diketahui, diterima, dan digunakan atau diterapkan oleh sebagian besar pelaku usaha atau pesaing, yang dapat digunakan atau mendorong terjadinya perubahan-perubahan di segala aspek baik fisik (produksi) maupun non fisik (SDM) demi terwujudnya perbaikan mutu dan kinerja operasional perusahaan.

Martinez, *et al* (2011) menyebutkan bahwa kemampuan inovasi adalah menghasilkan ide-ide baru dan ilmu untuk mendapat keuntungan dari peluang pasar. Sedangkan kemampuan inovasi produk menurut Wonglimpiyarat (2010) adalah kemampuan untuk membawa pengetahuan baru atau teknologi untuk mengembangkan produk baru. Menurut Dimitrios Kafetzopoulos dan Evangelos Psomas (2013) inovasi meliputi 4 dimensi yaitu inovasi produk (*product innovation*), inovasi proses (*process innovation*), inovasi pasar (*market innovation*) dan inovasi organisasi (*organizational innovation*). UKM batik jumputan di Yogyakarta mampu melakukan inovasi produk yaitu mengembangkan produk baru dengan teknologi, melakukan perbaikan desain dan modifikasi produk sehingga dapat menyesuaikan selera pasar atau konsumen. Inovasi proses yang dilakukan oleh UKM mengatur proses produksi, inventori, distribusi dan logistic secara baik dan terintegrasi. Upaya UKM dalam meningkatkan kemampuan inoovasi pasar dengan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan melakukan segmentasi pasar untuk menentukan karakteristik produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Membangun inovasi organisasi perlu dilakukan untuk meningkatkan kinerja organisasi, strateginya dengan melakukan survey atau penelitian tentang peluang dan ancaman – ancaman, sehingga UKM dapat mengambil keputusan yang tepat dalam mengambil peluang – peluang baru.

### **3. Pengaruh Kinerja Operasional Terhadap Kualitas Produk di UKM Batik Jumputan Yogyakarta**

Hasil penelitian membuktikan bahwa Kinerja Operasional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Produk. Hal ini berarti semakin baik Kinerja Operasional maka Kualitas Produk semakin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Dimitrios Kafetzopoulos dan Evangelos Psomas (2013) menemukan bahwa kinerja operasional berpengaruh signifikan terhadap kualitas produk.

Kinerja operasional juga memiliki efek yang signifikan terhadap kualitas produk, hal ini menunjukkan bahwa kinerja operasional bisa meningkatkan kualitas produk agar menjadi lebih baik. Kinerja operasional adalah satu hal yang selalu ada di perusahaan. Kinerja operasional adalah sekumpulan kegiatan sumber daya yang memiliki pengaruh di dalam perusahaan dalam menciptakan atau meningkatkan keunggulan kompetitif. Kinerja operasional yang maksimal dapat dijelaskan dengan beberapa indikator seperti biaya produksi yang rendah, menghasilkan produk yang berkualitas, dan menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi perusahaan. Di dalam penelitian ini, kinerja operasional adalah variabel mediasi yang menguji pengaruh penerapan kemampuan inovasi terhadap kualitas produk.

### **4. Pengaruh Kemampuan Inovasi Terhadap Kualitas Produk yang Dimediasi Kinerja Operasional di UKM Batik Jumputan Yogyakarta**

Hasil analisis *path* menunjukkan bahwa kinerja operasional tidak memediasi hubungan antara kemampuan Inovasi terhadap Kualitas Produk. Hasil ini dapat dinyatakan bahwa kemampuan inovasi UKM batik jumputan di Yogyakarta akan langsung berpengaruh dalam meningkatkan kualitas produknya, tanpa harus meningkatkan kinerja operasional terlebih dahulu.

Dengan demikian kemampuan inovasi tidak harus menunggu akan keberhasilan perusahaan, tetapi kemampuan inovasi telah membuat secara langsung bagaimana produk-produk yang dipasarkan menjadi lebih berkualitas. UKM yang memiliki kinerja operasi rendah maupun tinggi, jika telah memiliki kemampuan inovasi yang baik, maka kualitas produknya akan lebih tinggi. Hal ini sesuai dengan pendapat Parkman et al. (2012) yang 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. Lewrick *et al.* (2010) bahkan dengan tegas menyatakan bahwa UKM yang telah menjalankan usahanya memerlukan inovasi sebagai alat yang sangat vital dalam meningkatkan kinerja produk suatu perusahaan.

## **G. PENUTUP**

Hasil penelitian menemukan bahwa 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kemampuan inovasi terhadap Kualitas produk pada UKM batik jumputan di Yogyakarta, terbukti  $p \text{ value} < 5\%$  ( $0.011 < 0.05$ ). Hal ini berarti semakin baik Kemampuan inovasi maka semakin meningkat Kualitas produk., 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kemampuan inovasi terhadap Kinerja operasional pada UKM batik jumputan di Yogyakarta, terbukti  $p \text{ value} < 5\%$  ( $0.001 < 0.05$ ). Hal ini berarti semakin baik Kemampuan inovasi maka semakin meningkat Kinerja operasional., 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kinerja operasional terhadap Kualitas produk pada UKM batik jumputan di Yogyakarta, terbukti nilai  $p \text{ value} < 5\%$  ( $0.017 < 0.05$ ). Hal ini berarti semakin baik kinerja operasional maka semakin meningkat Kualitas produk., 4) Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan Kemampuan inovasi terhadap Kualitas produk melalui praktek Kinerja operasional pada UKM batik jumputan di Yogyakarta. Hal ini berarti kinerja operasional tidak terbukti memediasi hubungan antara Kemampuan inovasi dengan Kualitas produk.

## **H. Implikasi Hasil Penelitian**

Berdasarkan kesimpulan di atas maka beberapa implikasi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi UKM Batik Jumputan Yogyakarta  
Meningkatkan praktek Kinerja operasional di UKM batik jumputan di Yogyakarta, terutama pada indikator efektifitas proses perusahaan. Dengan mengembangkan teknologi baru untuk proses produksi maupun pengiriman/penerimaan pesanan, sehingga produksi dan distribusi lebih cepat dan efisien. Selain penggunaan teknologi informasi memudahkan komunikasi dengan pelanggan dan sebagai sarana promosi yang lebih efektif, diharapkan hubungan antara pemasok, produsen, dan konsumen akan semakin terintegrasi dengan baik, sehingga waktu untuk bersinergi menjadi lebih cepat, dan respon di seluruh lini produksi menjadi lebih baik.  
Bagi Pemerintah
2. Untuk pemerintah khususnya Kementrian Koperasi dan UKM perlu kiranya memberikan akses bagi UKM kita dalam hal fasilitas untuk lebih baik dalam produksi dan bantuan modal kepada pemilik UKM.
3. Bagi peneliti yang akan datang hendaknya mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel yang mempengaruhi Efektivitas Kinerja dan inovasi, serta sampel penelitian pada UKM yang lain, sehingga hasilnya dapat digeneralisasikan untuk sampel yang lebih besar.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, Pervaiz K, & Shepherd, Charles D. (2010). *Innovation Management*. New. Jersey: Pearson Education, Inc
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baron, R. M. and Kenny, D. A. 1986. *The Moderator-Mediator Variable*. Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and. Statistical Considerations
- Bigliardi Barbara, 2013, The effect of innovation on financial performance: A research study involving SMEs, *Innovation: Management, policy & practice (2013) 15(2): 245–256*.
- Brazeal, D. V., Herbert, T. T. (1999), ‘The genesis of entrepreneurship’, *Entrepreneurship Theory and Practice, Vol 23, No 3, pp 29–45. Google Scholar, SAGE Journals*
- Everett M. Rogers. 2003 *Diffusion of Innovations*. London: The Free Press.
- Ferdinand, Augusty. (2013). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Unviersitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hassan Masood Ul, Sadia Shaukat, Muhammad Saqib Nawaz,Saman Naz, 2013, Effects of Innovation Types on Firm Performance: an Empirical Study on Pakistan’s Manufacturing Sector, *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences, Vol. 7 (2), 243-262*
- Hurley,Robert F.and G.Thomas M.Hult,1998. Innovation,Market Orientation, andOrganizational Learning an Integration and Empirical Examination,*Journal of Marketing,Vol. 62, (July 1998), pp. 42-54*
- Ketokivi, M.A. and Schroeder, R.G. (2004), “Manufacturing practices, strategic fit and performance a routine-based view”, *International Journal of Operations & Production Management, Vol. 24 No 2, pp. 171-91*

- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta; Erlangga.
- Larsen, P., & Lewis, A. (2007). How award-winning SMEs manage the barriers to innovation. *Creativity and Innovation Management*, 16(2), 142 – 151
- Martinez-Costa, M. and Martinez-Lorente, A. R. (2008), “Does quality management foster or hinder innovation? An empirical study of Spanish companies”, *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol. 19 No 3, pp. 209-221.
- McDermott Christopher M., Daniel I. Prajogo, 2012, Service innovation and performance in SMEs, *International Journal of Operations & Production Management Vol. 32 No. 2, 2012 pp. 216-237*
- Naser, K., Karbhari, Y. and Mokhtar, M.Z. (2004), “Impact of ISO 9000 registration on company performance: evidence from Malaysia”, *Managerial Auditing Journal*, Vol. 19 No 4, pp. 509-516.
- Prajogo, D.I. (2006), The relationship between innovation and business performance – a comparative study between manufacturing and service firms in Australia, *Knowledge and Process Management Journal*, Vol. 13 No. 3, pp. 218-25
- Psomas Dimitrios Kafetzopoulos Evangelos, (2015), "The impact of innovation capability on the performance of manufacturing companies: the Greek case", *Journal of Manufacturing Technology Management* , Vol. 26 Iss 1
- Salavou Helen and George Avlonitis, 2008, Product innovativeness and performance: a focus on SMEs, *Management Decision Vol. 46 No. 7, pp. 969-985*
- Sekaran Uma, 2006, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Rita, 2010, Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Manufaktur, *Binus Business Review Vol.1 No.2 hal : 474-487*
- Sri Hartini, 2012, Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis, *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.14, No. 1, hal: 82–88
- Suryana. 2003. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat
- Wonglimpiyarat, J. (2010), Innovation index and the innovative capacity of nations, *Futures*, Vol. 42 No 3, pp. 247-253