

PENGARUH INOVASI TERHADAP KINERJA KEUANGAN

PERUSAHAAN

(Studi pada UKM Bakpia Pathok Yogyakarta)



Disusun oleh :

ANISHA

12311254

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2016

**PENGARUH INOVASI TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN
(STUDI PADA UKM BAKPIA PATHOK YOGYAKARTA)**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk
mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi
pada Fakultas Ekonomi UII



Oleh :

Nama : Anisha

No.Mahasiswa : 12311254

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentras : Operasional

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2016

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH INOVASI TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN (STUDI
PADA UKM BAKPIA PATHOK YOGYAKARTA)**

Disusun Oleh : ANISHA

Nomor Mahasiswa : 12311254

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Jum'at, tanggal: 23 September 2016

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Siti Nur Syamsiah, Dra., MM,



Penguji : Siti Nurul Ngaini, Dra., MM



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini telah disahkan dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi dengan judul:

**PENGARUH INOVASI TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN
(STUDI PADA UKM BAKPIA PATHOK YOGYAKARTA)**



Nama : Anisha
No.Mahasiswa : 12311254
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentras : Operasional

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal.....

Dosen Pembimbing,

(Dra. Siti Nursyamsiah, MM)

HALAMAN PENGESAHAN JURNAL SKRIPSI

Jurnal ini telah disahkan dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi dengan judul:

**PENGARUH INOVASI TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN
(STUDI PADA UKM BAKPIA PATHOK YOGYAKARTA)**



Nama : Anisha
No. Mahasiswa : 12311254
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentras : Operasional

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal.....

Dosen Pembimbing,

(Dra. Siti Nursyamsiah, MM)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH INOVASI TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN (STUDI
PADA UKM BAKPIA PATHOK YOGYAKARTA)**

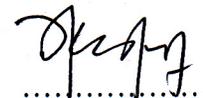
Disusun Oleh : ANISHA

Nomor Mahasiswa : 12311254

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Jum'at, tanggal: 23 September 2016

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Siti Nur Syamsiah, Dra., MM,



Penguji : Siti Nurul Ngaini, Dra., MM



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”



Yogyakarta, 22 Agustus 2016

Penyusun,



PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”



Yogyakarta, 22 Agustus 2016
Penyusun,

(Anisha)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini telah disahkan dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi dengan judul:

**PENGARUH INOVASI TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN
(STUDI PADA UKM BAKPIA PATHOK YOGYAKARTA)**



Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal.....

Dosen Pembimbing,

(Dra. Siti Nursyamsiah, MM)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH INOVASI TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN (STUDI
PADA UKM BAKPIA PATHOK YOGYAKARTA)**

Disusun Oleh : **ANISHA**

Nomor Mahasiswa : **12311254**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Jum'at, tanggal: 23 September 2016

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Siti Nur Syamsiah, Dra., MM,

Penguji : Siti Nurul Ngaini, Dra., MM



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

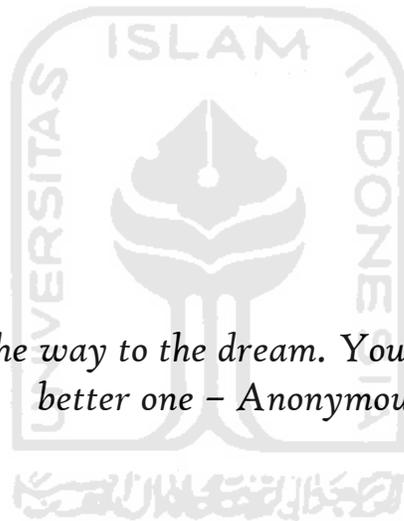


Dr. D. Agus Harjito, M.Si.



MOTTO

“Sometimes on the way to the dream. You get lost and find a better one – Anonymous”



Halaman Persembahan

Alhamdulillahilabbil'alamin

Dengan segala nikmat yang Engkau berikan kepada hamba tidak akan ada hentinya hamba mengucapkan syukur seiring doa kepada Allah SWT yang meridhoi hamba untuk mempersembahkan karya sederhana ini kepada :

*Mama tercinta
(Irma Susilawati)*

Terima kasih yang sebesar-besarnya atas semua pengorbanan, dukungan, bantuan, motivasi, kasih sayang yang begitu tulus, serta doa yang tiada hentinya dalam setiap sujud mama.

Mama adalah orang yang menguatkan dan motivasi terbesar dalam menyelesaikan karya ini. Semoga karya yang sederhana ini memberikan manfaat..

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat tiada tertara kepada kita terutama nikmat Islam dan Iman. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada Nabiullah Muhammad SAW yang telah membawa agama Islam dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Alhamdulillah dengan rahmat dan karunia dari Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Inovasi terhadap kinerja keuangan perusahaan (studi pada UKM Bakpia pathok Yogyakarta”. Beberapa kesulitan maupun kemudahan telah penulis lalui selama penulisan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini sebagai syarat untuk mendapatkan derajat S1 dalam program studi Ekonomi di Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari terselesaikannya skripsi ini tak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberi motivasi kepada penulis baik berupa pendapat, usulan, dukungan maupun referensi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Ucapan terimakasih yang tulus serta teriring doa semoga Allah SWT senantiasa memberikan cinta dan karunia-Nya kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan petunjuk, pencerahan, kemudahan serta ridho, dan kasih sayang yang tiada terkira kepada setiap hamba-Nya, dan tidak terkecuali kepada penulis.
2. Bapak Dr. Ir. Harsoyo, M.Sc selaku Rektor Universitas Islam Indonesia
3. Bapak Dr. Drs. Dwiprptono Agus Harjito, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

4. Ibu Dra. Siti Nursyamsiah, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Orang tua tercinta Ayah Edy Gunawan, Mama Irma susilawati, dan adik Dhea Arifah Amanda. Yang telah mendoakan, memberikan motivasi, dan kasih sayangnya.
6. Sepupu-sepupu tersayang T.Nefia Khairina, T.Aris Adillah, Rika Yullia, Fardinal, M.Robby Hardiansyah, Durra Harda Alifah, Ayuk Widya Maria Astuti, dll. Yang selalu mendukung dan menyemangati saya
7. Terimakasih pada Try Agustami yang selalu memberikan nasehat, semangat, dan dukungannya selama ini
8. Sahabat-sahabat di Bengkalis, Fiqy Amallia, Oktavila Aderia, Noni Pitaloka, Okvita Andini, Wahyuni Syafitri, Roby Agmal yang selalu memberikan nasehat dan dukungannya selama ini
9. Sahabat-sahabat Di Jogja, Frisca Cikita, Marsenda Aisya, Sofa Daniatul Hanna, Meila Monica, Rahmah LF, Annisa Rahmah, Fandy Usman, Ilham Mujadid, Fakhrudin yang selalu mengingatkan dan berbagi keceriaan
10. Teman-teman kost pink, Soraya Fidran, Anggi Anggraini, Sekar Wigati, kinantya diah.
11. Terimakasih pada mba Rindah Dwi Noviyanti yang selalu membantu saya dalam mengerjakan skripsi, memberikan semangat dan dukungan

12. Teman –teman KKN Unit 82 Kulon Progo, Anggit, Prabaswara, Momo, Haekal, Risman, Dino, Naili, terimakasih telah menjadi keluarga baru bagi penulis
13. Seluruh keluarga Management community yang memberikan kesan dan keluarga baru selama satu periode
14. Teman-teman angkatan 2012 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, semoga kita semua menjadi orang sukses
15. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberika ilmu dan pengetahuannya kepada penulis
16. Seluruh karyawan dan *staff* tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
17. Semua pihak yang tidak dapat disebut satu persatu atas perhatian dan curahan ide sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik

Wassalamualakum.Wr.Wb.

Penulis,

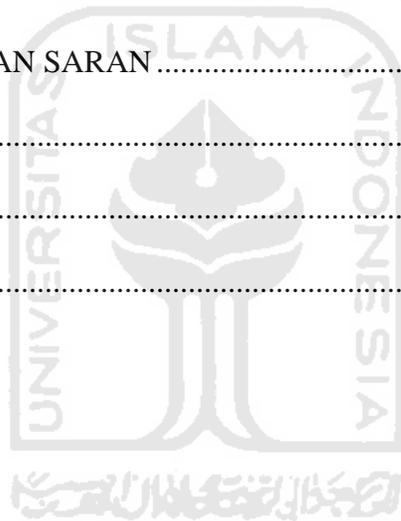
(Anisha)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
BERITA ACARA SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5

BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Telaah Penelitian Terdahulu	7
2.2. Kajian Pustaka	9
2.2.1. Inovasi.....	9
2.2.2. Kinerja Perusahaan	12
2.2.3. Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	15
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1. Jenis Penelitian	17
3.2. Metode Pengumpulan Data	17
3.3. Metode Penarikan Sampel	18
3.4. Definisi Operasional Variabel	18
3.5. Pengujian Instrumen	22
3.6. Metode Analisis Data	23
3.6.1. Analisis Deskriptif	23
3.6.2. Analisis Regresi Linier Berganda	24
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1. Analisis Deskriptif.....	30
4.1.1. Karakteristik Responden	30
4.1.2. Analisis Penilaian Variabel Penelitian	34
4.2 Uji Instrumen Penelitian.....	39
4.3. Analisis Regresi Linier Berganda	41

4.3.1. Hasil Analisis Regresi Pengaruh Variabel Independen Terhadap Dependen	42
4.3.2. Uji Asumsi Klasik	43
4.3.3. Uji t.....	46
4.3.4. Uji F.....	47
4.3.5. Koefisien Determinasi Parsial	48
4.4 Pembahasan	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden.....	30
Tabel 4.2. Deskripsi Usia Responden	31
Tabel 4.3. Pendidikan Responden	31
Tabel 4.4. Umur Perusahaan.....	32
Tabel 4.5. Pangsa Pasar	33
Tabel 4.6. Asset	34
Tabel 4.7. Penilaian Variabel Inovasi Pelanggan	35
Tabel 4.8. Penilaian Variabel Inovasi Pesaing	36
Tabel 4.9. Penilaian Variabel Inovasi Teknologi	36
Tabel 4.10. Penilaian Variabel Kinerja Keuangan	38
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4.12. Hasil Pengujian Reliabilitas	41
Tabel 4.13. Hasil Analisis Regresi Berganda	42
Tabel 4.14. Uji Determinasi Parsial.....	48
Tabel 4.15. Uji Multikolinieritas	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Uji Heteroskedastisitas	46
Gambar 4.2. Uji Normalitas	46



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Rekapitulasi Data Penelitian
- Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4. Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 5. Hasil Regresi Linier



**PENGARUH INOVASI TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN
(STUDI PADA UKM BAKPIA PATHOK YOGYAKARTA)**

Oleh :

Anisha

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

ABSTRAKSI

Pada penelitian kali ini, dilakukan studi tentang pengaruh inovasi terhadap kinerja keuangan Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Bakphia Pathok. Penelitian bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi pelanggan, inovasi pesaing dan inovasi teknologi terhadap kinerja keuangan perusahaan, serta mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Pengambilan data variabel penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 30 eksemplar pada manajer UKM Bakpia di Pathok Yogyakarta. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian menemukan bahwa 1) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara inovasi pelanggan secara parsial terhadap kinerja keuangan perusahaan, 2) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara inovasi pesaing secara parsial terhadap kinerja keuangan perusahaan, 3) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara inovasi teknologi secara parsial terhadap kinerja keuangan perusahaan dan Inovasi pesaing merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kinerja keuangan perusahaan

Kata kunci : Inovasi Pelanggan, Inovasi Pesaing, Inovasi Teknologi, Kinerja Keuangan.

HALAMAN PENGESAHAN JURNAL SKRIPSI

Jurnal ini telah disahkan dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi dengan judul:

**PENGARUH INOVASI TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN
(STUDI PADA UKM BAKPIA PATHOK YOGYAKARTA)**



Hasil Penelitian

Diajukan Oleh:

Nama : Anisha
No.Mahasiswa : 12311254
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentras : Operasional

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal.....

Dosen Pembimbing,

(Dra. Siti Nursyamsiah, MM)

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1. Latar Belakang Masalah

Globalisasi pasar, meningkatnya interpenetrasi ekonomi dan saling ketergantungan pelaku-pelaku ekonomi menuntut perusahaan-perusahaan untuk mendesain kembali dan memodifikasi strategi bersaingnya. Bisnis pada abad 21 akan semakin banyak menghadapi tantangan karena pelanggan lebih memandang kepada produk yang lebih *high-quality, lowcost*, dan bisnis tersebut diatas juga harus lebih *responsive* terhadap perubahan yang sangat cepat.

Pada banyak industri, perubahan sosial politik yang cepat (seperti AFTA, MRA) akan meningkatkan jumlah dan kekuatan pesaing-pesaing baru dari negara asing. Pesaing-pesaing baru ini semakin cakap dan lebih produktif karena manajer-manajer mereka lebih berpendidikan dan memiliki keahlian teknik serta ketidakjelasan lintas batas teknologi dan informasi menjadikan mereka dengan cepat mengakses cara-cara dan peralatan terkini. Kompleksitas dan tantangan yang dihadapi perusahaan menuntut perusahaan untuk memiliki strategi inovasi yang tepat sehingga mampu bersaing dengan kompetitor baik dari perusahaan nasional maupun bersaing dengan perusahaan multinasional.

Usaha kecil dan menengah (UKM) diyakini memiliki peran yang penting dan strategis, ditinjau dari beberapa aspek. Pertama, jumlah

industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Pada masa krisis ekonomi tahun 1998 hingga kini UKM berperan sebagai sektor ekonomi yang secara signifikan mampu menciptakan lapangan kerja dan menyerap tenaga kerja baik langsung maupun tidak langsung. Data dari Biro Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2011, persentase jumlah UKM dibandingkan total perusahaan mencapai 99,9%. Pada tahun yang sama, jumlah tenaga kerja yang terserap oleh UKM mencapai 99,4% dari total tenaga kerja. Selain itu sektor UKM juga memberi sumbangan besar bagi Produk Domestik Bruto (PDB) yaitu sebesar 59,3%. Data tersebut menunjukkan bahwa UKM memiliki peran sentral bagi perekonomian Indonesia, khususnya dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan menghasilkan output.

Dalam dasawarsa terakhir, perkembangan lingkungan bisnis yang sangat dinamis mempengaruhi setiap perusahaan, baik perusahaan besar menengah, maupun perusahaan kecil. Perubahan teknologi dan variasi produk yang secara cepat adalah dua faktor yang mempengaruhi secara signifikan dari perkembangan bisnis, sehingga seringkali strategi unggulan yang dipilih sebelumnya tidak memadai lagi. Oleh karena itu pemilihan dan penentuan strategi baru diperlukan bagi perusahaan yang lebih kompetitif (Vanny, 2002).

Sejak dekade terakhir, sebagai akibat dari kompetisi internasional yang kuat, fragmentasi dan tuntutan pasar, serta teknologi yang berubah cukup cepat, inovasi telah menjadi salah satu faktor yang paling relevan

untuk perusahaan. Secara khusus, dan secara luas diakui bahwa inovasi berdampak pada kinerja keuangan (Hult, Hurley, & Knight, 2004). Oleh karena itu, tidak ada yang mengherankan bahwa pengaruh inovasi terhadap kinerja menjadi kajian yang menarik untuk diteliti.

Dalam penelitian Damanpour dan Evan, (1984; Schulz & Jobe, (2001) menemukan bahwa yang memungkinkan perusahaan untuk memperoleh keuntungan pada inovasi, adalah penjualan dan pertumbuhan perusahaan yang lebih tinggi (Bigliardi, 2013).

Peran inovasi dalam mendongkrak kinerja usaha meliputi seluruh aspek penting yang bisa memberikan nilai tambah pada daya saing perusahaan: proses, produk, pasar, manajemen, dan sebagainya (Swa, 2005). Ketakutan organisasi dalam menerapkan inovasi adalah besarnya biaya yang harus diinvestasikan. Ketakutan ini sebenarnya tidak beralasan sebab inovasi tidak harus dimulai dari yang canggih dan berbiaya besar tetapi yang lebih penting terlembaga, konsisten dan berkelanjutan.

Menurut Bigliardi (2013) menyatakan bahwa di antara kendala UKM, literatur daftar sumber daya yang terbatas dan kemampuan untuk melakukan kegiatan inovasi di rumah (Hausman, 2005), kontak eksternal yang lemah, pendidikan dan pelatihan terbelakang, dan lebih keterlibatan dalam keputusan operasional sebagai yang paling penting. UKM mengejar inovasi dapat mengambil manfaat dalam beberapa cara, pertama berpendapat bahwa inovasi adalah kesempatan bagi UKM untuk dapat terbebas dari kegiatan bisnis monopoli. Selain itu, menjadi UKM lebih gesit

daripada perusahaan yang lebih besar, sehingga mereka dapat bergerak lebih cepat dan memperoleh monopoli ini untuk jangka waktu yang lama.

Menurut Bigliardi (2013) inovasi dibagi menjadi 3 kategori yaitu inovasi pelanggan (*customers innovation*), inovasi pesaing (*competitors innovation*) dan inovasi teknologi (*Technology innovation*). Berdasarkan fenomena tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan obyek penelitian adalah perusahaan Bakpia di Pathok Yogyakarta yang tergabung dalam UKM (Usaha Kecil dan Menengah). UKM merupakan industri yang memiliki peranan penting dalam ikut serta menunjang pembangunan ekonomi daerah. Menjadi tanggung jawab kita bersama untuk membantu meningkatkan kegiatan usaha yang menjamin tercapainya iklim usaha industri yang baik dan berkesinambungan, sehingga judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Pada UKM Bakpia Pathok Yogyakarta)”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah inovasi pelanggan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan?
2. Apakah inovasi pesaing berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan?
3. Apakah inovasi teknologi berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan?

4. Variabel manakah yang berpengaruh dominan diantara inovasi pelanggan, inovasi pesaing dan inovasi teknologi terhadap kinerja keuangan perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi pelanggan terhadap kinerja keuangan perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi pesaing terhadap kinerja keuangan perusahaan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi teknologi terhadap kinerja keuangan perusahaan.
4. Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan diantara inovasi konsumen, inovasi pesaing dan inovasi teknologi terhadap kinerja keuangan perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk :

1. Perusahaan

Hasil dari kajian yang dikembangkan dalam penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan atau masukkan kepada perusahaan dalam mengelola meningkatkan inovasi perusahaan untuk mencapai kinerja yang lebih baik.

2. Peneliti

Sebagai bahan kajian dan pertimbangan penelitian konsep keunggulan pasar yang akan datang dengan mengembangkan konstruk penelitian tersebut sebagai masukan baik kepada peneliti dan pengamat dalam menjawab setiap persoalan dan secara sistematis menyusun langkah ilmiah yang efektif.

3. Akademisi

Memberikan tambahan informasi dan pengetahuan bagi ilmu manajemen strategik, terutama untuk mengkaji lebih lanjut faktor inovasi mempengaruhi kinerja UKM manufaktur.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Telaah Penelitian Sebelumnya

Bigliardi (2013) melakukan penelitian dengan judul *The effect of innovation on financial performance: A research study involving SMEs*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi usaha kecil dan menengah (SMEs) pada kinerja keuangan mereka, serta pengaruh ukuran perusahaan pada dampak inovasi untuk menguji secara empiris hubungan ini, data dikumpulkan melalui survei sampel 98 UKM milik industri mesin makanan, dan dianalisis menggunakan analisis regresi berbasis. Temuan empiris mengkonfirmasi bahwa peningkatan tingkat inovasi dalam peningkatan kinerja keuangan. Secara khusus, mereka menggaris bawahi relevansi inovasi dikembangkan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan serta dari yang dikembangkan untuk membedakan dari pesaing dalam meningkatkan kinerja keuangan, Selain itu, hasil menunjukkan bahwa di UKM tingkat teknologi yang diadopsi untuk mengembangkan inovasi tidak berdampak pada kinerja keuangan.

Koellinger (2008) melakukan penelitian dengan judul *The Relationship between Technology, Innovation, and Firm Performance: Empirical Evidence on E-Business in Europe*. Penelitian ini menganalisis hubungan antara penggunaan teknologi berbasis internet, berbagai jenis inovasi, dan kinerja keuangan perusahaan. Data untuk penelitian diambil

dari sampel sebanyak 7.302 perusahaan di Eropa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi berbasis Internet adalah sumber inovasi yang penting pada tahun 2003. Ditemukan bahwa semua jenis inovasi, termasuk inovasi berbasis teknologi internet berpengaruh positif terhadap omset dan pertumbuhan lapangan kerja. Perusahaan-perusahaan yang mengandalkan inovasi setidaknya lebih mungkin untuk tumbuh dibandingkan perusahaan yang tidak memiliki inovasi. Namun demikian hasil lain ditemukan bahwa aktivitas inovatif belum berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas yang lebih tinggi.

Salavou & Avlonitis (2008) melakukan penelitian dengan judul “*Product innovativeness and performance: a focus on SMEs*”. Tujuan dari makalah ini adalah untuk mengklasifikasikan perusahaan sesuai dengan dimensi inovasi produk (PI) dan mengidentifikasi perbedaan kinerja pada produk dan dasar perusahaan dalam konteks UKM. Penelitian menggunakan sampel sebanyak 128 UKM di Athena Yunani. Teknik analisis menggunakan analisis Cluster dan uji Anova. Temuan penelitian ini memberikan bukti yang mendukung tiga kelompok menampilkan berbagai tingkat inovasi produk, yaitu *namely the straight imitators*, inovator produk dan inovator konsep. Selanjutnya hasil penelitian juga menemukan adanya perbedaan yang signifikan dimensi Inovasi produk berdasarkan ketiga segmen UKM tersebut.

2.2.Kajian Pustaka

2.2.1. Inovasi

1. Definisi dan Pengertian Inovasi

Inovasi adalah salah satu pilihan korporasi dalam menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Freeman (2004) menganggap inovasi sebagai upaya dari perusahaan melalui penggunaan teknologi dan informasi untuk mengembangkan, memproduksi dan memasarkan produk yang baru untuk industri. Dengan kata lain inovasi adalah modifikasi atau penemuan ide untuk perbaikan secara terus-menerus serta pengembangan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Pervaiz K. Ahmed and Charles D. Shepherd (2010) 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.

2. Karakteristik Inovasi

Cepat atau lambat penerimaan inovasi oleh masyarakat sangat tergantung pada karakteristik inovasi itu sendiri. Karakteristik inovasi yang mempengaruhi cepat lambat penerimaan informasi Everett M. Rogers (2003), 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 tersebarnya 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.

3. Faktor Penunjang Serta Manfaat Inovasi

Everett M. Rogers (2003) Inovasi tidak hanya berurusan dengan pengetahuan baru dan cara-cara baru, tetapi juga dengan nilai-nilai, karena harus bisa membawa hasil yang lebih baik, jadi selain melibatkan iptek baru, inovasi juga melibatkan cara pandang dan perubahan sosial. Inovasi dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

- a. Peningkatan kualitas hidup manusia melalui penemuan-penemuan baru yang membantu dalam proses pemenuhan kebutuhan hidup manusia.
- b. Memungkinkan suatu perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan yang dapat diperolehnya.
- c. Adanya peningkatan dalam kemampuan mendistribusikan kreativitas kedalam wadah penciptaan sesuatu hal yang baru.
- d. Adanya keanekaragaman produk dan jenisnya didalam pasar,

Inovasi dapat ditunjang oleh beberapa factor pendukung seperti :

- a. Adanya keinginan untuk merubah diri, dari tidak bisa menjadi bisa dan dari tidak tahu menjadi tahu.
- b. Adanya kebebasan untuk berekspresi.
- c. Adanya pembimbing yang berwawasan luas dan kreatif
- d. Tersedianya sarana dan prasarana.
- e. Kondisi lingkungan yang harmonis, baik lingkungan keluarga, pergaulan, maupun sekolah.

2.2.2. Kinerja Perusahaan

Kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan tugas dalam suatu organisasi, dalam upaya mewujudkan sasaran, tujuan, misi, dan visi organisasi tersebut (Bastian, 2001). Indikator Kinerja keuangan perusahaan. Beberapa ahli mengungkapkan bahwa ukuran kinerja perusahaan yang paling sering digunakan dalam penelitian empiris adalah kinerja keuangan (*financial performance*), kinerja operasional (*operational*

performance), dan kinerja berbasis pasar (*market-based performance*) (Jahanshahi, Rezaie, Nawaser, Ranjbar & Pitamber, 2012).

a. Kinerja Keuangan

Kinerja biasanya dinilai menggunakan pengukuran berbasis data akuntansi atau data keuangan. Kekurangan dari semua pengukuran berbasis data akuntansi adalah fokusnya pada kinerja yang sudah lalu (Kaplan & Norton, 1992). Data dari tahun-tahun sebelumnya sangat sedikit dapat menunjukkan potensi masa depan dari sebuah perusahaan. Maka, kinerja perusahaan tidak dapat diukur hanya berdasarkan pengukuran berbasis data akuntansi saja (Ursula & Wilderom, 1997). Beberapa ahli menggunakan tingkat pengembalian atas penjualan (*return on sales*), profitabilitas, pertumbuhan penjualan, perbaikan produktivitas kerja, dan perbaikan biaya produksi untuk mengukur kinerja keuangan (Cho, Ellinger, Ellinger, & Klein, n.d.; Prieto & Revilla, 2006).

b. Kinerja Operasional

Selain mengukur kinerja perusahaan berdasarkan kinerja keuangan, penting pula untuk mengukur berdasarkan kinerja non-keuangan. Penggunaan konsep *balanced scorecard* yang semakin bertambah menunjukkan bahwa kinerja non-keuangan juga merupakan aspek yang penting dalam pengukuran kinerja perusahaan (Kaplan & Norton, 1992). Kinerja non-keuangan ini juga dikenal sebagai kinerja operasional dimana aspek-aspeknya mampu mengukur kinerja ketika informasi yang tersedia terkait dengan peluang sudah ada, namun

belum terealisasi secara keuangan (Carton,2004). Kinerja operasional ini dapat diukur dengan menggunakan pengukuran seperti pangsa pasar (*market share*), peluncuran produk baru ,kualitas, efektivitas pemasaran, dan kepuasan pelanggan (Carton,2004; Carton & Hofer, 2006; Venkatraman & Ramanujam, 1986).

c.Kinerja Berbasis Pasar

Kinerja berbasis pasar secara keseluruhan akan terpengaruh ketika pasar mengetahui informasi mengenai operasional perusahaan yang tidak termasuk dalam hasil kinerja keuangan (Carton, 2004). Ukuran kinerja berbasis pasar ini meliputi: tingkat pengembalian pada pemegang saham, *market value added* dan keuntungan tahunan (Carton, 2004).

Dalam penelitian ini pengukuran kinerja keuangan perusahaan hanya akan diwakili dengan kinerja keuangan dan kinerja operasional. Hal ini dikarenakan pengukuran kinerja berbasis pasar hanya dapat dilakukan pada perusahaan yang bersifat publik sedangkan objek dalam penelitian ini belum tentu semuanya adalah perusahaan publik. Maka dalam kondisi yang demikian, kombinasi dari pengukuran kinerja keuangan dan kinerja operasional cukup untuk merepresentasikan kinerja perusahaan secara keseluruhan (Carton, 2004).

2.2.3. Pengembangan Hipotesis Penelitian

Cooper dan Kleinschmidt (1991) menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dari inovasi yang tinggi terhadap keunggulan kompetitif perusahaan. Demikian pula, Calantone, Vickery, dan Droge (1995) yang meneliti hubungan antara inovasi terkait tertentu dengan kinerja bisnis secara keseluruhan di industri mebel, menilai bahwa perusahaan yang sukses dalam industri cenderung fokus pada kegiatan tertentu yang memungkinkan mereka untuk mencapai hasil yang terbaik dalam batasan dari pasar mereka. Zahra, Irlandia, dan Hitt (2000) menunjukkan bahwa inovasi adalah penting untuk kinerja keuangan perusahaan yang efektif, serta penelitian oleh Loof dan Heshmati (2002), yang menekankan bahwa inovasi memberikan dasar untuk kelangsungan hidup dan keberhasilan perusahaan.

Branzei dan Vertinsky (2006), Calvo (2006) serta Koellinger (2008), fokus kegiatan inovatif dan peran investasi R&D, menekankan pengaruh positif terhadap pertumbuhan secara keseluruhan, keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan. Baru-baru ini, Bigliardi dan Dormio (2009) mengidentifikasi inovasi sebagai pendorong utama bagi perusahaan untuk dapat tumbuh dan mempertahankan profitabilitas yang tinggi. Demikian pula Marques dan Ferreira (2009) menunjukkan seberapa sukses kegiatan inovasi membantu membangun posisi kompetitif yang lebih positif untuk perusahaan, membawanya keunggulan kompetitif dan, akibatnya peningkatan kinerja.

Menurut Biliardi (2013) inovasi dibagi menjadi 3 jenis inovasi yaitu inovasi pelanggan, inovasi pesaing dan inovasi teknologi. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis penelitian ini adalah :

H1 : Inovasi pelanggan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan

H2 : Inovasi pesaing berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan

H1c : Inovasi teknologi berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini tergolong dalam penelitian survey. Penelitian survey menurut Sugiyono, (2004) adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis. Tipe penelitian ini umumnya mengambil generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam.

3.2. Metode Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner (Umar, 2002). Dalam penelitian ini sumber data diperoleh langsung dari hasil jawaban kuesioner yang diberikan kepada pimpinan atau manajer UKM Bakpia di Pathok Yogyakarta dan tidak menutup kemungkinan pemilik yang sekaligus jadi pimpinan.

2. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan kuesioner yang diberikan kepada para pemilik/pimpinan dan atau manajer.

3.3. Metode Penarikan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah semua manajer yang bekerja pada UKM Bakpia di Pathok Yogyakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria sampel adalah manajer yang bekerja pada UKM Bakpia di Pathok Yogyakarta yang memiliki pengalaman sebagai manajer minimal 1 tahun. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 UKM. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2012), bahwa sampel penelitian minimal 30 orang.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel. Dengan kata lain, definisi operasional semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variabel. Definisi operasional adalah suatu informasi ilmiah yang amat membantu penelitian lain yang ingin mengukur suatu variabel yang sama (Singarimbun dan Effendi, 1989). Dalam penelitian segmen keseragaman pengertian tentang suatu variabel sangat dibutuhkan dalam suatu penelitian, untuk mencegah terjadinya perbedaan pandangan atau persepsi, untuk memberikan pengertian yang jelas dan memudahkan pelaksanaan penelitian.

Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel yaitu variabel dependen (kinerja keuangan perusahaan), dan variabel independen terdiri dari inovasi pelanggan (*customers innovation*), inovasi pesaing (*competitors innovation*), inovasi teknologi (*technology innovation*)

1. Kinerja Keuangan Perusahaan

Kinerja keuangan perusahaan merupakan tingkat pencapaian perusahaan dalam melaksanakan kegiatan atau aktivitas yang menjadi tanggung jawabnya dalam mengoptimalkan pencapaian visi, misi, dan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan yang dapat dinilai dengan cara membandingkan pencapaian dengan target atau dengan kinerja beberapa perusahaan di industri yang sama. Kinerja keuangan perusahaan, itemnya terdiri dari : (Bigliardi, 2011)

Perf1 = Laba atas investasi (ROI) relatif lebih tinggi dibanding pesaing

Perf2 = pertumbuhan penjualan relatif lebih tinggi daripada pesaing

perf3 = total biaya operasional organisasi relatif lebih efisien daripada perusahaan pesaing

Perf4 = pangsa pasar relatif lebih tumbuh daripada perusahaan pesaing

Perf5 = produktivitas relatif lebih tinggi daripada perusahaan pesaing

Perf6 = Laba atas aset (ROA) relatif lebih tinggi daripada perusahaan pesaing

2. Inovasi

Inovasi adalah salah satu pilihan korporasi dalam menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Hal ini mengacu pada kemampuan perusahaan untuk mengadopsi ide-ide baru, produk dan proses berhasil. Indikator inovasi mengacu pada penelitian Bigliardi, (2011) yaitu :

a. Inovasi Pelanggan

Inovasi pelanggan merupakan inovasi yang dilakukan perusahaan terhadap produk dan jasanya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Indikatornya adalah :

Inn1 = mayoritas inovasi bermanfaat bagi pelanggan

Inn2 = mayoritas inovasi membutuhkan perubahan dalam sikap pelanggan

Inn3 = mayoritas inovasi melibatkan biaya *switching* yang tinggi untuk pelanggan utama

b. Inovasi Pesaing

Inovasi pesaing adalah inovasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan produk dan jasanya dengan tujuan untuk

memenangkan persaingan di pasar. Indikator inovasi pesaing adalah sebagai berikut:

Inn1 = mayoritas inovasi menawarkan keuntungan yang unik daripada produk pesaing

Inn2 = mayoritas inovasi berbeda dengan produk pesaing

c. Inovasi Teknologi

Inovasi teknologi adalah inovasi yang dilakukan perusahaan terhadap produk dan jasanya dengan menambahkan atau mengganti teknologi terbaru dalam proses produksi dan pemasarannya, sehingga proses produksi menjadi lebih efisien. Indikator inovasi teknologi adalah sebagai berikut:

Inn1 = mayoritas inovasi didasarkan pada teknologi inti yang secara substansial berbeda

Inn2 = mayoritas inovasi melibatkan teknologi yang membuat teknologi lama usang

Inn3 = mayoritas inovasi menggunakan teknologi baru yang memungkinkan lompatan kuantum dalam prestasi

Inn4 = mayoritas inovasi menggunakan teknologi yang berdampak pada atau penyebab perubahan signifikan dalam seluruh industry

3.5. Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antar data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti, sehingga dapat diperoleh hasil penelitian yang valid. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Soegiyono, 2004:109).

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk. Validitas konstruk menentukan validitas alat ukur dengan mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dan masing-masing item yang berupa pertanyaan atau pernyataan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari hasil penjumlahan semua skor item. Korelasi antara skor item dengan skor totalnya harus signifikan berdasarkan ukuran statistik tertentu. Bila ternyata semua skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat disimpulkan bahwa alat pengukur tersebut mempunyai validitas konstruk dengan teknik *product moment* (Soehardi Sigit, 2003 : 120). Suatu Item dikatakan valid jika memiliki koefisien korelasi (r_{hitung}) lebih besar dari korelasi tabel (r_{tabel}) (Ghozali, 2005 : 45).

2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Soegiyono, 2004). Koefisien reliabilitas dihitung dengan menggunakan koefisien alpha yang dapat diterima adalah 0,6 maka dapat dikatakan reliabel. Semakin tinggi koefisien reliabilitasnya berarti semakin baik hasil ukurnya maka dikatakan semakin reliabel. Pengujian tingkat reliabilitas ini menggunakan alat bantu komputer program SPSS 17 yang memberikan fasilitas untuk reliabilitas dengan uji statistik Cronbach alpha (α). Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika memiliki koefisien Cronbach's Alpha $>0,6$ (Ghozali, 2005).

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lainnya (Sugiyono, 2004). Data yang menggunakan skema-skema dan gambaran analisis deskriptif yang digunakan untuk mengetahui karakteristik responden. Deskriptif tersebut terhadap subyek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dan subyek yang diteliti dan dimaksudkan untuk pengujian hipotesis.

3.6.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis Regresi Linier Berganda. Model tersebut dapat juga dinyatakan dalam bentuk persamaan, sehingga membentuk sistem persamaan :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_1$$

dimana:

a : adalah nilai konstanta dalam regresi

β : merupakan koefisien pada jalur antara dua variabel

X1 : Inovasi Pelanggan

X2 : Inovasi Untuk Pesaing

X3 : Inovasi Teknologi

Y : Kinerja keuangan perusahaan

Sebelum dilakukan analisis Regresi Linier Berganda terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik.

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah pengamatan model regresi linier dalam menganalisis telah memenuhi asumsi klasik. Model linier akan lebih tepat digunakan apabila memenuhi asumsi berikut :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi dengan membagi model regresi, variabel pengganggu atau residual

memiliki distribusi normal (Ghozali, 2005). Untuk menguji normalitas, peneliti akan menggunakan *uji Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai $p\text{ value} > 0.05$ maka data tersebut berdistribusi normal, jika $p\text{ value} < 0.05$ maka data tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji ada tidaknya hubungan antar variabel independen pada model regresi. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas digunakan analisis matrik korelasi antara variabel bebas dan perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila korelasi di atas 90% dan nilai VIF lebih besar dari 10 maka terjadi multikolinearitas. Sebaliknya apabila korelasi di bawah 90% dan nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Dalam perhitungan nilai VIF, multikolinearitas dapat dilihat pada batas *tolerance value* 0,01 dan batas VIF adalah 10. Jika *tolerance value* di bawah 0,01 dan nilai VIF di atas 10 maka terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2005).

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari kesalahan atau residual melalui suatu pengamatan ke pengamatan lain. Salah satu cara mengujinya adalah dengan metode grafik yaitu dengan scatterplot dan dasar pengambilan keputusan adalah :

- Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang akan membentuk suatu pola teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas.
- Jika tidak ada pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar ke atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.



3.6.4. Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel inovasi terhadap kinerja keuangan perusahaan menggunakan uji t. untuk mengetahui pengaruh inovasi pelanggan, inovasi pesaing, inovasi teknologi menggunakan uji f.

- a. Pengaruh Inovasi Pelanggan terhadap Kinerja keuangan perusahaan

Untuk menguji hipotesis pertama langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1) Menentukan formulasi hipotesis

- a) $H_0: b_1 \leq 0$, artinya inovasi pelanggan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan
- b) $H_a: b_1 < 0$ artinya inovasi pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2) Keputusan :

- a) Jika tingkat signifikansi (p-value) $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a dapat diterima yang artinya inovasi pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.
- b) Jika tingkat signifikansi (p-value) $> 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 dapat diterima yang artinya inovasi pelanggan tidak berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan

b. Pengaruh Inovasi Pesaing terhadap Kinerja keuangan perusahaan

Untuk menguji hipotesis pertama langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1) Menentukan formulasi hipotesis

- a) $H_0: \beta_2 \leq 0$, artinya inovasi pesaing tidak berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan
- b) $H_a: \beta_2 < 0$ artinya inovasi pesaing berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2) Keputusan :

- a) Jika tingkat signifikansi (p-value) $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a dapat diterima yang artinya inovasi pesaing berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.
- b) Jika tingkat signifikansi (p-value) $> 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 dapat diterima yang artinya inovasi pesaing tidak berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan

c. Pengaruh Inovasi Teknologi terhadap Kinerja keuangan perusahaan

Untuk menguji hipotesis pertama langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1) Menentukan formulasi hipotesis

- a) $H_0: \beta_3 \leq 0$, artinya inovasi teknologi tidak berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan
- b) $H_a: \beta_3 < 0$ artinya inovasi teknologi berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2) Keputusan :

- a) Jika tingkat signifikansi (p-value) $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a dapat diterima yang artinya inovasi teknologi berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.
- b) Jika tingkat signifikansi (p-value) $> 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 dapat diterima yang artinya inovasi teknologi tidak berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan

2) Keputusan :

- a) Jika tingkat signifikansi (p-value) $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a dapat diterima yang artinya ukuran perusahaan memoderasi hubungan inovasi dengan kinerja keuangan perusahaan
- b) Jika tingkat signifikansi (p-value) $> 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 dapat diterima yang artinya ukuran perusahaan tidak memoderasi hubungan inovasi dengan kinerja keuangan perusahaan

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif membahas mengenai karakteristik dan penilaian konsumen yang disusun dalam tabulasi data. Untuk mendukung keakuratan hasil maka perlu dilakukan interpretasi dan pendefinisian dari data – data tersebut.

4.1.1 Analisis Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin Responden

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

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	19	63.3%
Perempuan	11	36.7%
Total	30	100.0%

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa 63,3% responden berjenis kelamin laki - laki dan 36,7% adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik atau manajer pada usaha kecil dan menengah Bakphia Pathok di Yogyakarta mayoritas responden laki – laki.

b. Umur Responden

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

Tabel 4.2
Umur Responden

Umur	Frequency	Percent
25 - 30 tahun	6	20.0%
31 - 35 tahun	3	10.0%
36 - 40 tahun	10	33.3%
> 40 tahun	11	36.7%
Total	30	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2016

Dari data di atas menunjukkan bahwa 30 responden mayoritas berumur lebih dari 40 tahun yaitu sebesar 36,7%. Sedangkan distribusi umur yang lain yaitu umur antara 25 - 30 tahun sebesar 20%, 31 - 35 tahun sebesar 10%, dan antara 36 - 40 tahun sebesar 33,3%. Hal ini menunjukkan bahwa responden termasuk usiadewasa atau produktif.

c. Pendidikan Responden

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan pendidikan seperti ditunjukkan pada tabel berikut..

Tabel 4.3
Pendidikan Responden

Pendidikan Terakhir	Frequency	Percent
SMA	11	36.7%
Diploma	7	23.3%
Sarjana	12	40.0%
Total	30	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2016

Dari tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa jenis pendidikan responden mayoritas adalah sarjana yaitu sebesar 40%, diploma sebesar 23,3%, dan SMA sebesar 36,7%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan yang tinggi.

d. Umur perusahaan

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

Tabel 4.4
Umur perusahaan Responden

Umur perusahaan	Frequency	Percent
< 5 tahun	4	13.3%
5 - 10 tahun	2	6.7%
11 - 15 tahun	7	23.3%
16 - 20 tahun	8	26.7%
> 20 tahun	9	30.0%
Total	30	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa umur perusahaan mayoritas adalah lebih dari 20 tahun yaitu sebesar 30%, kurang dari 5 tahun sebesar 13,3%, antara 5 – 10 tahun sebesar 6,7%, antara 11 – 15 tahun sebesar 23,3%, dan antara 16 – 20 tahun sebesar 26,7%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan bakpia Pathok di Yogyakarta sudah lama berdiri, karena bakpia pathok merupakan makanan dan oleh – oleh khas dari Yogyakarta, sehingga banyak masyarakat yang membuka usaha ini.

e. Pangsa pasar

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan pangsa pasar seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Pangsa pasar Responden

Pangsa pasar	Frequency	Percent
Lokal	18	60.0%
Nasional	7	23.3%
Internasional	5	16.7%
Total	30	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa pangsa pasar mayoritas adalah lokal yaitu sebesar 60%, sedangkan pangsa pasar nasional sebanyak 23,3%, dan internasional sebesar 16,7%. Hal ini menunjukkan bahwa pangsa pasar lokal masih sangat bagus, karena banyak wisatawan yang datang langsung ke Yogyakarta untuk membeli oleh – oleh bakpia pathok.

f. Kinerja

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

Tabel 4.6
Kinerja Responden

Kinerja	Frequency	Percent
Meningkat	14	46.7%
Menurun	7	23.3%
Rata – rata	9	30.0%
Total	100	100%

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan mayoritas adalah meningkat yaitu sebesar 46,7%, sedangkan kinerja yang menurun sebanyak 23,3%, dan rata – rata sebesar 30%. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja usaha kecil bakpia pathok mayoritas adalah meningkat.

g. Asset

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

Tabel 4.7
Asset Responden

Asset	Frequency	Percent
< 25 juta	2	6.7%
25 - 100 juta	7	23.3%
100 - 500 juta	10	33.3%
500 - 1 M	7	23.3%
> 1M	4	13.3%
Total	30	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa asset perusahaan mayoritas adalah antara 100 – 500 juta yaitu sebesar 33,3%. Hal ini menunjukkan bahwa asset usaha kecil bakpia pathok di Yogyakarta lumayan besar.

4.2.2. Analisis Penilaian Variabel Penelitian

Untuk menginterpretasikan penilaian responden pada variabel penelitian dapat ditentukan dengan nilai rata-rata yang berpedoman pada batasan-batasan sebagai berikut :

Skor persepsi minimum adalah : 1

Skor persepsi maksimum adalah :5

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Sehingga diperoleh batasan persepsi adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Baik

1,81 – 2,60 = Tidak Baik

2,61 – 3,40 = Cukup Baik

3,41 – 4,20 = Baik

4,21 – 5,00 = Sangat Baik

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

a. Variabel Inovasi pelanggan (X_1)

Inovasi pelanggan terdiri dari 3 item pertanyaan, hasil analisis deskriptif dapat ditunjukkan pada table 4.8 berikut :

Tabel 4.8

Penilaian Variabel Inovasi Pelanggan

Variabel Inovasi pelanggan	Mean	Rata - rata
Inovasi yang dilakukan perusahaan mayoritas bermanfaat bagi pelanggan	4.17	Baik
Inovasi yang dilakukan perusahaan, dapat mempengaruhi perubahan dalam sikap pelanggan	4.27	Sangat Baik
Inovasi yang dilakukan perusahaan, menyebabkan pelanggan tidak berpindah merek karena biaya <i>switching</i> (perpindahan) yang besar	4.40	Sangat Baik
Rata - rata total	4.28	Sangat Baik

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap inovasi pelanggan adalah sebesar 4,28. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada item inovasi yang dilakukan perusahaan, menyebabkan pelanggan tidak berpindah merek karena biaya *switching* (perpindahan) yang besardengan rata-rata sebesar 4,40 (sangat baik), dan penilaian terendah terjadi pada inovasi yang dilakukan perusahaan mayoritas bermanfaat bagi pelanggan dengan rata – rata sebesar 4,17 (baik). Hal ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang baik terhadap variabel inovasi pelanggan karena berada pada interval 4,21 – 5,00. Hal ini disebabkan karena inovasi yang dilakukan perusahaan bermanfaat, mempengaruhi sikap pelanggan, dan dan pelanggan tidak berpindah merek lain.

b. Variabel Inovasi pesaing (X₂)

Inovasi pesaing terdiri dari 2 item pertanyaan, hasil analisis deskriptif dapat ditunjukkan pada table 4.9 berikut :

Tabel 4.9
Penilaian Variabel Inovasi pesaing (X₂)

Variabel Inovasi pesaing	Mean	Rata – rata
Hasil inovasi perusahaan telah menawarkan keuntungan yang unik daripada produk pesaing	4.28	Sangat Baik
Hasil inovasi perusahaan berbeda dengan produk pesaing	4.17	Baik
Rata - rata total	4.22	Sangat Baik

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap inovasi pesaing adalah sebesar 4,22. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada item hasil inovasi perusahaan telah menawarkan keuntungan yang unik daripada produk pesaing dengan rata-rata sebesar 4,28 (sangat baik), dan penilaian terendah terjadi pada hasil inovasi beda dengan produk pesaing dengan rata – rata sebesar 4,17 (baik). Hal ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang sangat baik terhadap variabel inovasi pesaing karena berada pada interval 4,21 – 5,00. Hal ini disebabkan karena hasil inovasi perusahaan menawarkan keuntungan yang unik daripada produk pesaing dan produk hasil inovasi berbeda dengan pesaing.

c. Variabel Inovasi teknologi (X₃)

Inovasi teknologi terdiri dari 4 item pertanyaan, hasil analisis deskriptif dapat ditunjukkan pada table 4.10 berikut :

Tabel 4.10

Penilaian Variabel Inovasi teknologi (X₃)

Variabel Inovasi teknologi	Mean	Rata - rata
Mayoritas inovasi yang dilakukan perusahaan didasarkan pada teknologi inti yang secara substansial berbeda dengan teknologi sebelumnya	4.30	Sangat Baik
mayoritas inovasi melibatkan teknologi yang membuat teknologi lama tidak digunakan	4.13	Baik
mayoritas inovasi menggunakan teknologi baru yang memungkinkan peningkatan pendapatan perusahaan secara signifikan	3.93	Baik
mayoritas inovasi menggunakan teknologi yang berdampak pada atau penyebab perubahan signifikan dalam seluruh industry	3.60	Baik
Rata - rata total	3.99	Baik

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap inovasi teknologi adalah sebesar 3,99. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada item inovasi yang dilakukan perusahaan didasarkan pada teknologi inti yang secara substansial berbeda dengan teknologi sebelumnya dengan rata-rata sebesar 4,30 (sangat baik), dan penilaian terendah terjadi pada inovasi menggunakan teknologi yang berdampak pada atau penyebab perubahan signifikan dalam seluruh industry dengan rata – rata sebesar 3,60 (baik). Hal ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang baik terhadap variabel inovasi teknologi karena berada pada interval 3,41 – 4,20. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi menggunakan teknologi yang berdampak pada atau penyebab perubahan signifikan dalam seluruh industri.

d. Variabel Kinerja keuangan perusahaan (Y)

Kinerja keuangan perusahaan terdiri dari 6 item pertanyaan, hasil analisis deskriptif dapat ditunjukkan pada table 4.11 berikut :

Tabel 4.11

Penilaian Variabel Kinerja keuangan perusahaan (Y)

Variabel Kinerja keuangan perusahaan	Mean	Rata - rata
Perusahaan ini mampu memiliki Laba atas investasi (ROI) yang relatif lebih tinggi dibanding pesaing	4.27	Sangat Baik
perusahaan ini mampu menghasilkan pertumbuhan penjualan yang relatif lebih tinggi daripada pesaing	4.23	Sangat Baik
Total biaya operasional perusahaan relatif lebih efisien daripada perusahaan pesaing	4.57	Sangat Baik
Pangsa pasar perusahaan ini relatif lebih tumbuh daripada perusahaan pesaing	4.30	Sangat Baik

Kinerja keuangan perusahaan perusahaan relatif lebih tinggi daripada perusahaan pesaing	4.33	Sangat Baik
Perusahaan ini mampu memiliki Laba atas aset (ROA) yang relatif lebih tinggi daripada perusahaan pesaing	4.10	baik
Rata - rata total	4.30	Sangat Baik

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap kinerja keuangan perusahaan adalah sebesar 4,30. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada item total biaya operasional perusahaan relatif lebih efisien daripada perusahaan pesaing dengan rata-rata sebesar 4,57 (sangat baik), dan penilaian terendah terjadi pada perusahaan mampu memiliki Laba atas aset (ROA) yang relatif lebih tinggi daripada perusahaan pesaing dengan rata – rata sebesar 4,10 (baik). Hal ini berarti kinerja keuangan usaha kecil industri bakpia pathuk di Yogyakarta sudah sangat baik.

4.2. Uji Instrumen Penelitian

4.2.1 Uji Validitas

Teknik analisis yang digunakan adalah *korelasi product moment*. Untuk mempercepat perhitungan dilakukan dengan bantuan paket program SPSS dengan taraf signifikansi 5%. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, atau r hitung $>$ r tabel. Hasil uji validitas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.13.berikut ;

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas

Variabel	item	r hitung	r table	keterangan
Inovasi pelanggan	X1.1	0.928	0.361	Valid
	X1.2	0.948	0.361	Valid
	X1.3	0.960	0.361	Valid
Inovasi pesaing	X2.1	0.949	0.361	Valid
	X2.2	0.968	0.361	Valid
Inovasi teknologi	X3.1	0.929	0.361	Valid
	X3.2	0.818	0.361	Valid
	X3.3	0.898	0.361	Valid
	X3.4	0.789	0.361	Valid
Kinerja keuangan perusahaan	Y1	0.928	0.361	Valid
	Y2	0.948	0.361	Valid
	Y3	0.960	0.361	Valid
	Y4	0.949	0.361	Valid
	Y5	0.968	0.361	Valid
	Y6	0.929	0.361	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir untuk variabel penelitian memiliki koefisien korelasi (r hitung) $>$ r tabel. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan valid atau sah.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai reliabel. Jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,60 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan tidak reliabel.

(Ghozali, 2009). Hasil uji reliabilitas diringkas sebagaimana yang tersaji dalam Tabel 4.14 berikut ini.

Tabel 4.14

Hasil pengujian reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai kritis	Keterangan
Inovasi pelanggan	0.936	0.6	Reliabel
Inovasi pesaing	0.901	0.6	Reliabel
Inovasi teknologi	0.873	0.6	Reliabel
Kinerja keuangan	0.943	0.6	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2016

Berdasarkan hasil uji reliabilitas seperti Tabel 4.14, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6, maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah reliabel.

4.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel inovasi pelanggan, inovasi pesaing, dan inovasi teknologi terhadap kinerja keuangan perusahaan. Uji hipotesis digunakan uji f, uji t, korelasi berganda, koefisien determinasi dan korelasi parsial. Dengan membandingkan antara nilai p-value (Sig-t) dengan taraf signifikansi 0,05. Jika $\text{sig-t} < 0,05$, maka H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent.

4.3.1 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Variabel *Independen* Terhadap *Dependen*

Hasil analisis regresi linier berganda dapat ditunjukkan pada Tabel berikut:

Tabel 4.15

Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	Regrecion Coeficient	T _{hitung}	Signifikansi	Keterangan
(Constant)	0.482	1.278	0.213	
X1	0.178	2.156	0.040	Signifikan
X2	0.376	2.571	0.016	Signifikan
X3	0.378	2.331	0.028	Signifikan
F hitung	35.901			
Sig F	0.000			

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Pada Tabel 4.15 di atas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program komputer didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 0,482 + 0,178X_1 + 0,376X_2 + 0,378X_3$$

Dalam persamaan regresi di atas, konstanta (Y) adalah sebesar 0,482. Berarti jika tidak ada variabel inovasi pelanggan, inovasi pesaing, dan inovasi teknologi, yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, maka kinerja keuangan perusahaan akan sebesar 0,482 satuan. Hal ini dapat diartikan bahwa kinerja keuangan perusahaan akan rendah apabila industri kecil bakpia pathok tidak memperhatikan ketigavariabel di atas.

Variabel inovasi pelanggan (X₁) merupakan variabel yang mempengaruhi Kinerja keuangan perusahaan dengan koefisien positif sebesar 0,178. Berarti bila inovasi pelanggan (X₁) meningkat sebesar satu

satuan maka kinerja keuangan perusahaan akan meningkat sebesar 0,178 dengan anggapan variabel Inovasi pesaing (X_2), dan inovasi teknologi (X_3), tetap. Hal ini berarti semakin baik inovasi pelanggan maka semakin meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Variabel Inovasi pesaing (X_2) merupakan variabel yang mempengaruhi Kinerja keuangan perusahaan dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,376. Berarti apabila Inovasi pesaing (X_2) meningkat sebesar satu satuan maka Kinerja keuangan perusahaan akan meningkat sebesar 0,376 dengan anggapan variabel inovasi pelanggan (X_1), dan inovasi pesaing (X_3), tetap. Hal ini berarti semakin baik inovasi pesaing maka semakin meningkat pula kinerja keuangan perusahaan.

Variabel inovasi teknologi (X_3) merupakan variabel yang mempengaruhi Kinerja keuangan perusahaan dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,378. Berarti apabila inovasi teknologi (X_3) meningkat sebesar satu satuan maka Kinerja keuangan perusahaan akan meningkat sebesar 0,378 dengan anggapan inovasi pelanggan (X_1), dan Inovasi pesaing (X_2), tetap. Hal ini berarti semakin baik inovasi teknologi maka semakin meningkat pula kinerja keuangan perusahaan.

4.3.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan agar model yang diperoleh benar-benar telah memenuhi asumsi-asumsi persamaan model regresi. Uji asumsi klasik yang digunakan pada regresi linear berganda yaitu uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

4.3.2.1 Uji Multikolonieritas

Kriteria pengujian yaitu jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10, maka model regresi yang diajukan tidak mengandung gejala multikolonieritas. Hasil uji multikolonieritas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.16 berikut :

Tabel 4.16
Uji Multikolonieritas

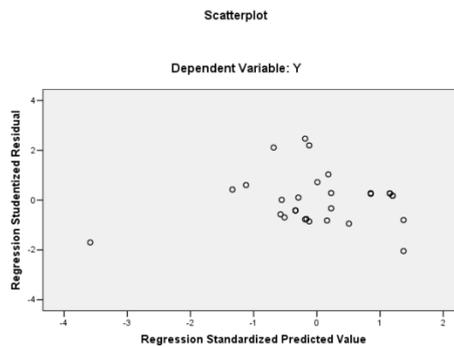
Var. Bebas	VIF	Keterangan
Inovasi pelanggan	1.739	Tidak terjadi Multikolonieritas
Inovasi pesaing	3.172	Tidak terjadi Multikolonieritas
Inovasi teknologi	3.145	Tidak terjadi Multikolonieritas

Sumber : data primer diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 4.16 menunjukkan bahwa seluruh variabel *independent* memiliki nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolonieritas.

4.3.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Analisis asumsi klasik pada uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *plot residual*. Jika ditemukan *plot residual* membentuk pola tertentu maka terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas ditunjukkan pada Gambar 4.1 berikut :



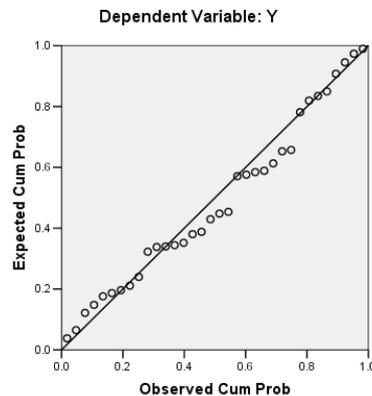
Gambar 4.1. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 4.1 terlihat data residual berupa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.3.2.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2001). Pada penelitian ini analisis grafik digunakan sebagai analisis statistik untuk mendeteksi residual berdistribusi normal atau tidak. Hasil pengujian normalitas dapat ditunjukkan pada Gambar 4.2 berikut :

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 4.2 menunjukkan bahwa sebaran data cenderung mengikuti kurva normal, maka dapat disimpulkan bahwa sebaran data pada persamaan regresi berdistribusi normal sehingga memenuhi asumsi normalitas.

4.3.3 Uji t (Parsial)

Uji t merupakan uji statistic yang telah dipergunakan secara luas dalam analisis regresi untuk menguji hipotesis yang koefisiennya berbeda dari nol. Dengan membandingkan antara nilai **Sigt** dengan tingkat signifikansi **5%**.

a) Pengujian secara parsial pada variabel inovasi pelanggan

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel inovasi pelanggan (X_1) terdapat nilai t_{hitung} sebesar 2,156 dan probabilitas sebesar 0,040 yang berarti **0,040 < 0,05**. Nilai tersebut

dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh variabel inovasi pelanggan secara signifikan terhadap Kinerja keuangan perusahaan pada industri kecil bakpia pathok di Yogyakarta, **hipotesis pertama terbukti.**

b) Pengujian secara parsial pada variabel Inovasi pesaing

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel Inovasi pesaing (X_2) terdapat nilai untuk t_{hitung} sebesar 2,571 dan probabilitassebesar 0,016 yang berarti $0,016 < 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa Inovasi pesaing berpengaruh signifikan terhadap Kinerja keuangan perusahaan pada industri kecil bakpia pathok di Yogyakarta, **hipotesis kedua terbukti.**

c) Pengujian secara parsial pada variabel inovasi teknologi

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel inovasi teknologi (X_3) terdapat nilai untuk t_{hitung} sebesar 2,331 dan probabilitassebesar 0,028 yang berarti $0,028 < 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa inovasi teknologi berpengaruh nyata terhadap Kinerja keuangan perusahaan pada industri kecil bakpia pathok di Yogyakarta, **hipotesis ketiga terbukti.**

4.4 Uji F

Analisis dari hasil uji F (uji serentak) dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan bahwa variabel–variabel inovasi pelanggan, inovasi pesaing dan inovasi teknologi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan pada usaha kecil dan

menengah Bakphia Pathok di Yogyakarta. Hasil uji F seperti pada tabel 4.15 diperoleh F_{hitung} sebesar 35,901 dan probabilitas sebesar 0,000. Karena $SigF_{hitung}$ lebih kecil dari **0,05** maka H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara serentak variabel inovasi pelanggan, inovasi pesaing dan inovasi teknologi terhadap kinerja keuangan pada usaha kecil dan menengah Bakphia Pathok di Yogyakarta.

4.4.3 Analisis Determinasi Parsial

Korelasi parsial digunakan untuk mengetahui tingginya derajat hubungan antara satu variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y), jika variabel independent (X) yang lain dianggap konstan. Sedangkan analisis koefisien determinasi parsial (r^2) menunjukkan variabel yang paling dominan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan Bakphia Pathok di Yogyakarta. Hasil analisis korelasi parsial dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.17
Uji Determinasi Parsial

Variabel Bebas	r	r^2
Inovasi pelanggan (X1)	0.389	0.152
Inovasi pesaing (X2)	0.450	0.203
Inovasi teknologi (X3)	0.416	0.173

Sumber : Data primer diolah, 2016

- a. Besarnya pengaruh variabel inovasi pelanggan terhadap kinerja keuangan perusahaan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu sebesar 0,152. Artinya kinerja keuangan perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel inovasi pelanggan sebesar 15,2%.

- b. Besarnya pengaruh variabel inovasi pesaing terhadap kinerja keuangan perusahaan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu sebesar 0,203. Artinya kinerja keuangan perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel inovasi pesaing sebesar 20,3%.
- c. Besarnya pengaruh variabel inovasi teknologi terhadap kinerja keuangan perusahaan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu sebesar 0,173. Artinya kinerja keuangan perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel inovasi teknologi sebesar 17,3%.

Dari analisis ketiga variabel tersebut di atas koefisien determinasi parsial terbesar ditunjukkan oleh variabel inovasi pesaing (X_2) sebesar 0,203. Dengan demikian untuk variabel inovasi pesaing (X_2) mempunyai pengaruh dominan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

4.4. Pembahasan

4.4.1 Pengaruh inovasi pelanggan terhadap kinerja keuangan perusahaan

Hasil pengujian terhadap data maka didapatkan hasil bahwa pengaruh inovasi pelanggan terhadap industri kecil bakpia pathok mempunyai sig $0,040 < 0,05$. Ini berarti bahwa semakin baik inovasi pelanggan maka industri kecil bakpia pathok semakin meningkat.

Inovasi yang berorientasi pada pelanggan merupakan suatu usaha yang dijalankan perusahaan untuk menciptakan produk baru yang bertujuan untuk menyesuaikan dengan selera konsumen dan dapat meningkatkan penjualan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bertambah banyaknya

jumlah barang yang ditawarkan kepada konsumen dan ditunjang dengan arus informasi tentang produk yang mudah diperoleh, menyebabkan mereka semakin selektif dalam membeli suatu barang, baik dalam kualitas, desain corak, warna maupun harganya. Inovasi yang berorientasi pelanggan oleh para peneliti ditempatkan sebagai prioritas tertinggi dalam hal memberikan nilai-nilai superior pada pelanggan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Bigliardi (2013) temuan empiris mengkonfirmasi bahwa peningkatan tingkat inovasi dalam peningkatan kinerja keuangan. Secara khusus, mereka menggaris bawahi relevansi inovasi dikembangkan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan dan dikembangkan untuk membedakan dari pesaing dalam meningkatkan kinerja keuangan. Selain itu, hasil menunjukkan bahwa di UKM tingkat teknologi yang diadopsi untuk mengembangkan inovasi tidak berdampak pada kinerja keuangan.

4.4.2. Pengaruh Inovasi pesaing terhadap Kinerja keuangan perusahaan industri kecil bakpia pathok

Hasil pengujian terhadap data maka didapatkan hasil bahwa pengaruh inovasi pesaing terhadap industri kecil bakpia pathok mempunyai sig $0,016 < 0,05$. Ini berarti bahwa semakin baik inovasi pesaing maka industri kecil bakpia pathok semakin meningkat.

Inovasi yang berorientasi pada pesaing merupakan proses inovasi yang memperhatikan kondisi persaingan di pasar. Inovasi ini di dasarkan pada suatu filosofi bahwa suatu penjualan tidak tergantung pada penjualan

yang agresif, tetapi lebih pada keputusan konsumen untuk membeli produk. Orientasi pemasaran lebih diarahkan untuk memahami pesaing, fokus pada konsumen, koordinasi antarfungsi dalam rangka memberikan nilai yang terbaik. Branzei dan Vertinsky (2006), Calvo (2006) serta Koellinger (2008), fokus kegiatan inovatif dan peran investasi R&D, menekankan pengaruh positif terhadap pertumbuhan secara keseluruhan, keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan. Baru-baru ini, Bigliardi dan Dormio (2009) mengidentifikasi inovasi sebagai pendorong utama bagi perusahaan untuk dapat tumbuh dan mempertahankan profitabilitas yang tinggi.

4.4.3. Pengaruh Inovasi teknologi terhadap Industri kecil bakpia pathok

Hasil pengujian terhadap data maka didapatkan hasil bahwa pengaruh pendidikan dan pelatihan terhadap industri kecil bakpia pathok mempunyai sig $0,028 < 0,05$. Ini berarti bahwa semakin baik inovasi teknologi maka industri kecil bakpia pathok semakin meningkat.

inovasi yang berorientasi pada teknologi merupakan proses inovasi dengan memperbarui teknologi yang digunakan dalam proses produksi maupun sistem pemasarannya. Inovasi ini merupakan suatu filosofi yang berfokus pada kemampuan internal perusahaan yang melebihi dari keinginan dan kebutuhan pasar. Inovasi teknologi berorientasi pada produksi yaitu apakah produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan merupakan produk yang paling efisien serta cocok dengan kebutuhan pasar, sementara itu

konsumen menjadi target pasar yang akan lebih mudah dilayaninya dengan teknologi tersebut (Bigliardi, 2013).

Cooper dan Kleinschmidt (1991) menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dari inovasi yang tinggi terhadap keunggulan kompetitif perusahaan. Demikian pula, Calantone, Vickery, dan Droge (1995) yang meneliti hubungan antara inovasi terkait tertentu dengan kinerja bisnis secara keseluruhan di industri mebel, menilai bahwa perusahaan yang sukses dalam industri cenderung fokus pada kegiatan tertentu yang memungkinkan mereka untuk mencapai hasil yang terbaik dalam batasan dari pasar mereka



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang pengaruh inovasi pelanggan, inovasi pesaing, dan inovasi teknologi terhadap kinerja keuangan perusahaan pada industri kecil bakpia pathok di Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara inovasi pelanggan secara parsial terhadap kinerja keuangan perusahaan.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara inovasi pesaing secara parsial terhadap kinerja keuangan perusahaan.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara inovasi teknologi secara parsial terhadap kinerja keuangan perusahaan.
4. Inovasi pesaing merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kinerja keuangan perusahaan

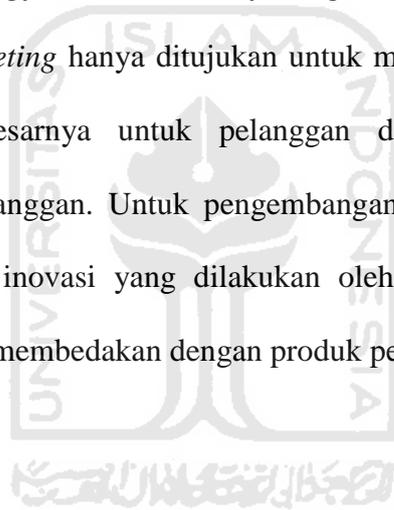
5.2. Saran

Berdasar kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi inovasi teknologi industri kecil bakpia pathok di Yogyakarta.

1. Ditemukannya variabel inovasi pesaing berpengaruh dominan terhadap kinerja keuangan perusahaan pada industri kecil bakpia

pathok di Yogyakarta. Langkah yang dilakukan adalah perusahaan meningkatkan indikator yang dinilai rendah oleh yaitu hasil inovasi beda dengan produk pesaing. Untuk pengembangan inovasi baru sebaiknya tidak meniru inovasi yang dilakukan oleh pesaing, sebaiknya ide inovasi dapat membedakan dengan produk pesaing.

2. Variabel inovasi pelanggandan teknologi terbukti juga mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan pada industri kecil bakpia pathok di Yogyakarta. Sebaiknya segala bentuk inovasi produk, maupun *marketing* hanya ditujukan untuk memberikan manfaat yang sebesar – besarnya untuk pelanggan dan disesuaikan dengan keinginan pelanggan. Untuk pengembangan inovasi baru sebaiknya tidak meniru inovasi yang dilakukan oleh pesaing, sebaiknya ide inovasi dapat membedakan dengan produk pesaing.



DAFTAR PUSTAKA

- Bigliardi Barbara, 2013, The effect of innovation on financial performance: A research study involving SMEs, *Innovation: Management, policy & practice* (2013) 15(2): 245–256.
- Bigliardi, B., & Dormio, A. I. (2009). An empirical investigation of innovation determinants in food machinery enterprises. *European Journal of Innovation Management*, 12(2), 223–243.
- Branzei, O., & Vertinsky, I. (2006). Strategic pathways to product innovation capabilities in SMEs. *Journal of Business Venturing*, 21, 75–105
- Calantone, R. J., Vickery, S. K., & Droge, C. (1995). Business performance and strategic new product development activities: An empirical investigation. *Journal of Product Innovation Management*, 12, 214–223
- Chandy, R. K., & Tellis, G. J. (2000). The incumbent's curse? Incumbency, size, and radical product innovation. *Journal of Marketing*, 64(3), 1–17.
- Cooper, R. G., Edgett, S. J., dan Kleinschmidt, E. J. (1991). Best practices for managing R&D portfolios: Research. *Technology Management*, 20 – 33
- Carton, Robert B. 2004. *Measuring Organizational Performance : An Exploratory Study*. A Dissertation Submitted to the Graduate Faculty of The University of Georgia in Partial
- Calvo, J. L. (2006). Testing Gibrat's law for small, young and innovating firms. *Small Business Economics*, 26, 117–123.
- Cohen, W. M., & Klepper, S. (1996). A reprise of size and R&D. *Economic Journal*, 106(437), 925–951.
- Everett M. Rogers (2003) *Diffusion of Innovation*, 5th Edition, New York, Free Press
- Freeman Cristoper (2004), *The Policy Economics of Innovation*, Edwars Elgar Publishing Company
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

- Hadjimonalis, Anthanasios (2000), An Investigation of Innovation Antecedent in Small Firms in the Context of A Small Developing Country, *Journal of R&D Management*, 30, 3, pp. 235-245
- Hadjimonalis, Anthanasios., Keith Dickson (2000), Innovation Strategies of SMEs in Cyprus, A Small Developing Country, *International Small Business journal* . 18,4, pp. 62-79
- Jahanshahi, A. A., Rezaie, M., Nawaser, K., Ranjbar, V., & Pitamber, B. K. (2012, June 6). Analyzing the Effect of Electronic Commerce on Organizational Performance : Evidence from Small and Medium Enterprises. *African Journal of Business Management*, 6(15), 6486-6496
- Kaplan, Robert S., and David P. Norton. 1992. *The Balanced Scorecard: Translating Strategy Into Actions*. Boston: Harvard Business School Press
- Koellinger Philipp, 2008, The Relationship between Technology, Innovation, and Firm Performance: Empirical Evidence on E-Business in Europe, *ERIM Report Series Research In Management*
- Marques, C. S., & Ferreira, J. (2009).SME innovative capacity, competitive advantage and performance in a ‘traditional’ industrial region of Portugal.*Journal of Technology Management and Innovation*, 4(4), 53–68.
- Pervaiz K. Ahmed and Charles D. Shepherd, 2010, *Innovation Management; context, strategies, systems & processes*, Prentice Hall
- Salavou Helen, George Avlonitis, 2008, Product innovativeness and performance: a focus on SMEs, *Management Decision*, Vol. 46 No. 7, 2008 pp. 969-98
- Shilling, M.A. 2005.*Strategic Management of technological Innovation*. New York: McGraw-Hill
- Singarimbun, M. dan Effendi, S., ed (1989) *Metode Penelitian Survei*. Pustaka LP3ES Indonesia. Jakarta
- Sigit, Soehardi. 2003. *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial-Bisnis-Manajemen*, Cetakan Ketiga, Yogyakarta: Penerbit Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*: Penerbit CV. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono.(2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*.Penerbit CV. Alfabeta: Bandung
- Swa, 2005. *Jurus Sakti Bernama Inovasi*, vol.22.

- Thornhill, S. (2006). Knowledge, innovation and firm performance in high- and low-technology firms. *Journal of Business Venturing*, 21, 687–703.
- Umar, Husein, 2000. *Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Vanny, Iwan (2002), Pilihan Strategi Unggulan Perusahaan Industri Manufaktur Kecil dan Menengah (IMKM) (Studi Kasus : Beberapa Perusahaan IMKM di Jawa Timur), *Usahawan*, No. 07 TH XXXI Juli
- Zahra, S. A., Ireland, R. D., & Hitt, M. A. (2000). International expansion by new venture firms: International diversity, mode of market entry, technological learning, and performance. *Academy of Management Journal*, 43, 925–950



Regression

Variables Entered/Removed^d

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X1, X2 ^a	.	Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.898 ^a	.806	.783	.28274

- a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.610	3	2.870	35.901	.000 ^a
	Residual	2.079	26	.080		
	Total	10.689	29			

- a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2
 b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	.482	.377		1.278	.213			
	X1	.178	.082	.246	2.156	.040	.714	.389	.186
	X2	.376	.146	.396	2.571	.016	.840	.450	.222
	X3	.378	.162	.358	2.331	.028	.832	.416	.202

- a. Dependent Variable: Y

Correlations

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.789**	.818**	.928**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.789**	1	.916**	.948**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.818**	.916**	1	.960**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.928**	.948**	.960**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	3

Correlations

Correlations

		X2.1	X2.2	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.840**	.949**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.840**	1	.968**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.949**	.968**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	2

Correlations

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.723**	.768**	.714**	.929**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.723**	1	.644**	.493**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.006	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.768**	.644**	1	.578**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.714**	.493**	.578**	1	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.001		.000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.929**	.818**	.898**	.789**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.873	4

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	TOTAL
Y1.1	Pearson Correlation	1	.900**	.743**	.791**	.780**	.618**	.912**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y1.2	Pearson Correlation	.900**	1	.753**	.710**	.836**	.594**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y1.3	Pearson Correlation	.743**	.753**	1	.756**	.765**	.669**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y1.4	Pearson Correlation	.791**	.710**	.756**	1	.788**	.728**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y1.5	Pearson Correlation	.780**	.836**	.765**	.788**	1	.710**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y1.6	Pearson Correlation	.618**	.594**	.669**	.728**	.710**	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.912**	.903**	.873**	.903**	.917**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	6

Frequencies

Frequency Table

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	19	63.3	63.3	63.3
	Perempuan	11	36.7	36.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	25 - 30 tahun	6	20.0	20.0	20.0
	31 - 35 tahun	3	10.0	10.0	30.0
	36 - 40 tahun	10	33.3	33.3	63.3
	> 40 tahun	11	36.7	36.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	11	36.7	36.7	36.7
	Diploma	7	23.3	23.3	60.0
	Sarjana	12	40.0	40.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Umur perusahaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 5 tahun	4	13.3	13.3	13.3
	5 - 10 tahun	2	6.7	6.7	20.0
	11 - 15 tahun	7	23.3	23.3	43.3
	16 - 20 tahun	8	26.7	26.7	70.0
	> 20 tahun	9	30.0	30.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Pangsa pasar

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lokal	18	60.0	60.0	60.0
	Nasional	7	23.3	23.3	83.3
	Internasional	5	16.7	16.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Kinerja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Meningkat	14	46.7	46.7	46.7
	Menurun	7	23.3	23.3	70.0
	Rata - rata	9	30.0	30.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Asset

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 25 juta	2	6.7	6.7	6.7
	25 - 100 juta	7	23.3	23.3	30.0
	100 - 500 juta	10	33.3	33.3	63.3
	500 - 1 M	7	23.3	23.3	86.7
	> 1M	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

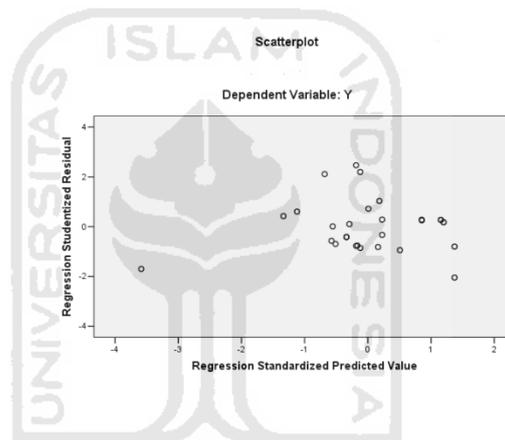
Uji multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.482	.377		1.278	.213		
	X1	.178	.082	.246	2.156	.040	.575	1.739
	X2	.376	.146	.396	2.571	.016	.315	3.172
	X3	.378	.162	.358	2.331	.028	.318	3.145

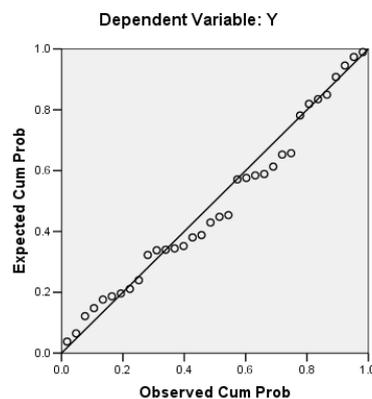
a. Dependent Variable: Y

Uji heterokedasitas



Uji Normalitas

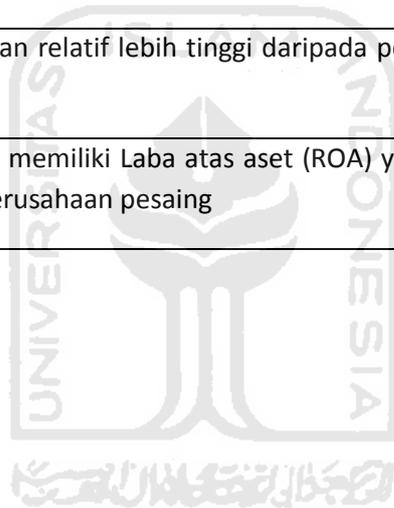
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas

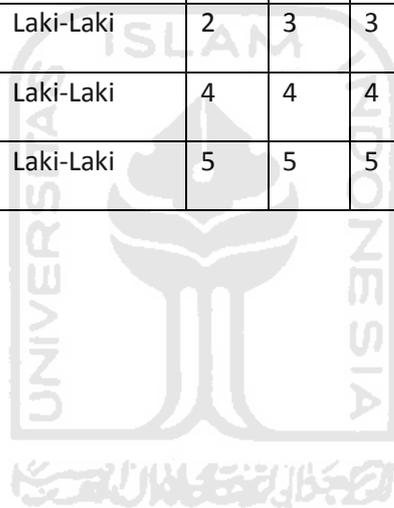
A.	Inovasi Pelanggan	STS	TS	N	S	SS
1	Inovasi yang dilakukan perusahaan mayoritas bermanfaat bagi pelanggan					
2	Inovasi yang dilakukan perusahaan, dapat mempengaruhi perubahan dalam sikap pelanggan					
3	Inovasi yang dilakukan perusahaan, menyebabkan pelanggan tidak berpindah merek karena biaya <i>switching</i> (perpindahan) yang besar					
B.	Inovasi Pesaing					
4	Hasil inovasi perusahaan telah menawarkan keuntungan yang unik daripada produk pesaing					
5	Hasil inovasi perusahaan berbeda dengan produk pesaing					
C.	Inovasi Pada Teknologi					
6	Mayoritas inovasi yang dilakukan perusahaan didasarkan pada teknologi inti yang secara substansial berbeda dengan teknologi sebelumnya					
7	Mayoritas inovasi melibatkan teknologi yang membuat teknologi lama tidak digunakan					
8	Mayoritas inovasi menggunakan teknologi baru yang memungkinkan peningkatan pendapatan perusahaan secara signifikan					
9	Mayoritas inovasi menggunakan teknologi yang berdampak pada atau penyebab perubahan signifikan dalam seluruh industry					

D.	Kinerja Keuangan Perusahaan	STS	TS	N	S	SS
1	Perusahaan ini mampu memiliki Laba atas investasi (ROI) yang relatif lebih tinggi dibanding pesaing					
2	Perusahaan ini mampu menghasilkan pertumbuhan penjualan yang relatif lebih tinggi daripada pesaing					
3	Total biaya operasional perusahaan relatif lebih efisien daripada perusahaan pesaing					
4	Pangsa pasar perusahaan ini relatif lebih tumbuh daripada perusahaan pesaing					
5	Produktivitas perusahaan relatif lebih tinggi daripada perusahaan pesaing					
6	Perusahaan ini mampu memiliki Laba atas aset (ROA) yang relatif lebih tinggi daripada perusahaan pesaing					



No	Nama	Jenis Kelamin	Inovasi pelanggan			Inovasi Pesaing		Inovasi Pada Teknologi				Y
			X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
1	Putra Ahmad	Laki-Laki	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5
2	Saraswati	Perempuan	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4
3	Sutomo	Laki-Laki	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
4	Ridwan	Laki-Laki	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
5	Ali sahid	Laki-Laki	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
6	Nugroho	Laki-Laki	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4
7	Sulis	Perempuan	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
8	Selvia	Perempuan	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
9	Santi	Perempuan	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4
10	Gunawan	Laki-Laki	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4
11	Edy sutomo	Laki-Laki	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
12	Try agus	Laki-Laki	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4
13	Irma	Perempuan	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
14	Anwar	Laki-Laki	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
15	Dila	Perempuan	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
16	M.Rosman	Laki-Laki	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
17	Herbin	Laki-Laki	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
18	Susanto	Laki-Laki	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5
19	Dewanto	Laki-Laki	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2

20	Ayu Ningsih	Perempuan	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4
21	Putri Jatra	Perempuan	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5
22	Ani Hermanto	Perempuan	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
23	Resti Wulandari	Perempuan	2	2	2	4	3	4	4	4	3	3
24	Ajeng	Perempuan	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4
25	Bambang	Laki-Laki	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4
26	Deni Hermawan	Laki-Laki	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	Doni Saputro	Laki-Laki	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
28	Abdul latif	Laki-Laki	2	3	3	4	4	4	3	3	3	4
29	M.Taufik	Laki-Laki	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
30	Dede H	Laki-Laki	5	5	5	4	4	4	4	3	3	5



No	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan Terakhir
1	Laki-laki	25 - 30 tahun	Sarjana
2	Laki-laki	25 - 30 tahun	Sarjana
3	Laki-laki	25 - 30 tahun	SMA
4	Perempuan	36 - 40 tahun	Sarjana
5	Perempuan	36 - 40 tahun	Sarjana
6	Perempuan	36 - 40 tahun	Sarjana
7	Perempuan	36 - 40 tahun	SMA
8	Perempuan	36 - 40 tahun	Sarjana
9	Perempuan	36 - 40 tahun	Sarjana
10	Perempuan	25 - 30 tahun	Sarjana
11	Laki-laki	31 - 35 tahun	SMA
12	Laki-laki	31 - 35 tahun	Sarjana
13	Laki-laki	> 40 tahun	Sarjana
14	Laki-laki	> 40 tahun	SMA
15	Laki-laki	> 40 tahun	SMA
16	Laki-laki	> 40 tahun	Diploma
17	Laki-laki	> 40 tahun	Diploma
18	Laki-laki	25 - 30 tahun	SMA
19	Perempuan	36 - 40 tahun	Diploma
20	Laki-laki	36 - 40 tahun	Diploma
21	Perempuan	25 - 30 tahun	SMA
22	Laki-laki	> 40 tahun	SMA
23	Laki-laki	> 40 tahun	SMA
24	Laki-laki	31 - 35 tahun	Sarjana
25	Perempuan	36 - 40 tahun	SMA
26	Laki-laki	36 - 40 tahun	Sarjana
27	Laki-laki	> 40 tahun	Diploma
28	Laki-laki	> 40 tahun	Diploma
29	Perempuan	> 40 tahun	Diploma
30	Laki-laki	> 40 tahun	SMA

No	Umur perusahaan	Pangsa pasar	Kinerja	Asset
1	16 - 20 tahun	Internasional	Menurun	25 - 100 juta
2	> 20 tahun	Lokal	Meningkat	> 1M
3	> 20 tahun	Lokal	Rata - rata	100 - 500 juta
4	> 20 tahun	Lokal	Rata - rata	100 - 500 juta
5	> 20 tahun	Internasional	Meningkat	< 25 juta
6	11 - 15 tahun	Lokal	Meningkat	25 - 100 juta
7	> 20 tahun	Lokal	Meningkat	25 - 100 juta
8	> 20 tahun	Lokal	Menurun	25 - 100 juta
9	> 20 tahun	Lokal	Meningkat	500 - 1 M
10	> 20 tahun	Nasional	Rata - rata	100 - 500 juta
11	11 - 15 tahun	Lokal	Meningkat	500 - 1 M
12	5 - 10 tahun	Lokal	Meningkat	< 25 juta
13	11 - 15 tahun	Lokal	Rata - rata	100 - 500 juta
14	11 - 15 tahun	Lokal	Meningkat	> 1M
15	< 5 tahun	Lokal	Menurun	25 - 100 juta
16	11 - 15 tahun	Internasional	Rata - rata	> 1M
17	< 5 tahun	Lokal	Menurun	25 - 100 juta
18	5 - 10 tahun	Nasional	Meningkat	> 1M
19	> 20 tahun	Internasional	Rata - rata	100 - 500 juta
20	16 - 20 tahun	Nasional	Rata - rata	100 - 500 juta
21	16 - 20 tahun	Lokal	Meningkat	100 - 500 juta
22	< 5 tahun	Lokal	Rata - rata	500 - 1 M
23	16 - 20 tahun	Nasional	Meningkat	500 - 1 M
24	16 - 20 tahun	Lokal	Menurun	100 - 500 juta
25	16 - 20 tahun	Lokal	Meningkat	500 - 1 M
26	16 - 20 tahun	Lokal	Menurun	25 - 100 juta
27	16 - 20 tahun	Nasional	Meningkat	500 - 1 M
28	< 5 tahun	Nasional	Menurun	100 - 500 juta
29	11 - 15 tahun	Nasional	Rata - rata	100 - 500 juta
30	11 - 15 tahun	Internasional	Meningkat	500 - 1 M