

**PENGARUH INOVASI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DENGAN  
KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(STUDI PADA UKM KERUPUK IKAN DI KOTA BATAM)**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

Nama : Affan Nur Iman

Nomor Mahasiswa : 16311246

Program Studi : Manajemen

Bidang Kosentrasi : Operasional

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2021**

PENGARUH INOVASI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DENGAN  
KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(STUDI PADA UKM KERUPUK IKAN DI KOTA BATAM)

**SKRIPSI**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Ditulis oleh:

Nama : Affan Nur Iman  
Nomor Mahasiswa : 16311246  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Kosentrasi : Operasional

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2021**

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR**

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**PENGARUH INOVASI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DENGAN KUALITAS  
PRODUK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA UKM KERUPUK IKAN DI KOTA  
BATAM)**

Disusun Oleh : **AFFAN NUR IMAN**

Nomor Mahasiswa : **16311246**

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

Pada hari, tanggal: Senin, 04 Oktober 2021

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Nursya'bani Purnama, S.E., M.Si.

Penguji : Siti Nurul Ngaini, Dra., M.M.



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



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

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya, Affan Nur Iman menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis yang dijadikan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi . Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima sanksi atau hukuman sesuai dengan peraturan yang berlaku

Batam, September 2021

Penulis



Affan Nur Iman

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH INOVASI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DENGAN  
KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(STUDI PADA UKM KERUPUK IKAN DI KOTA BATAM)**

Nama : Affan Nur Iman  
Nomor Mahasiswa : 16311246  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Kosentrasi : Operasional

Yogyakarta, September 2021

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing



(Nursya'bani Purnama, SE., M.SI., DR.)

## ABSTRAK

Pada penelitian kali ini, dilakukan studi tentang peran inovasi dalam meningkatkan kinerja operasional perusahaan dengan kualitas produk sebagai variabel mediasi pada UKM Krupuk Ikan di Kota Batam. Penelitian bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap kinerja perusahaan, menganalisis pengaruh inovasi terhadap kualitas produk, dan pengaruh inovasi terhadap kinerja perusahaan dengan kualitas produk sebagai variabel mediasi. Pengambilan data variabel penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner sebanyak 68 eksemplar pada UKM Krupuk Ikan di Kota Batam. Teknik analisis data menggunakan Analisis SMART PLS

Hasil penelitian menemukan bahwa 1) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara inovasi terhadap kualitas produk, 2) ada pengaruh positif dan signifikan antara inovasi terhadap Kinerja perusahaan dan 3) Kualitas produk terbukti sebagai variabel yang memediasi secara positif dan signifikan terhadap pengaruh inovasi terhadap kinerja perusahaan pada UKM krupuk ikan di Kota Batam

*Kata kunci : Inovasi, Kualitas Produk, Kinerja Perusahaan, UKM Krupuk*

## ABSTRACT

In this study, a study was conducted on the role of innovation in improving the company's operational performance with product quality as a mediating variable in Ikan Krupuk UKM in Batam City. This study aims to examine and analyze the effect of innovation on company performance, analyze the effect of innovation on product quality, and the effect of innovation on company performance with product quality as a mediating variable. The data collection for this research variable was carried out by distributing questionnaires of 68 copies to the Krupuk Ikan UKM in Batam City. Data analysis technique using SMART PLS Analysis

The results of the study found that 1) there was a positive and significant influence between innovation on product quality, 2) there was a positive and significant influence between innovation on company performance and 3) product quality was proven to be a variable that positively and significantly mediates the influence of innovation on company performance in Fish cracker SMEs in Batam City

Keywords: Innovation, Product Quality, Company Performance, Krupuk SMEs

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum wr.wb*

*Alhamdulillahirabbil'alamin*, segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Kualitas Produk Sebagai Variable Mediasi (Studi Pada UKM Kerupuk Ikan di Kota Batam). Penyusunan tugas akhir skripsi ini adalah salah satu syarat akademis untuk menyelesaikan Program Sarjana S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan dan dorongan motivasi oleh berbagai pihak dari awal proses penelitian sampai akhir penelitian. Sehingga penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sedalam-dalamnya serta setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia, dan hidayah-NYA berupa kesehatan, semangat, dan kemudahan dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Jaka Sriyana, SE., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
3. Bapak Nursya'bani Purnama, SE., M.SI., DR selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dengan penuh kesabararan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Ibu dan Bapak dosen di Universitas Islam Indonesia Fakultas Bisnis dan Ekonomika yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
5. Bapak Royanto dan Ibu Siti Awalliyah kedua orangtua penulis, Tiyan Wahyu Pratama, Yandra Mufiana Zulfikar, dan Tasya Anggi Rahmanita saudara saudara



penulis. Kak Cory dan Kak Vany Kakak Ipar Penulis Terima kasih telah sabar menghadapi penulis dan tidak pernah menuntut apapun. Terima kasih doa dan dukungan yang selalu diberikan tanpa kenal lelah.

6. Teman-teman dekat saya semasa Kuliah Aditya, Adrian, Oktavindo, dan Riki yang selalu ada dalam keadaan senang ataupun susah.
7. Teman-teman Seperjuangan saya Grup Purapuri Yaborabori 16 Luthfi, Yandrus, Ojik, Willy, Memed, Nanda Kora, Syahrul, Raja, Arum, Lisa, Lisda, Cici, Lady, Nanda Kori, Megan, dan Jijuk yang selalu memberikan masukan ke Penulis
8. Teman-teman baik saya dari kecil hingga sekarang Suhendi, Zulfakhri, Alfath, Rauda, Loveyani, Juveny, dan Mona yang selalu merepotkan dan selalu penulis repotkan.
9. Teman-teman saya di Asrama Putra Batam Permata Kemilau Yogyakarta dan Asrama Putri Batam Puan Marwah Kemilau Yogyakarta. Terima Kaih Atas kesenangan, Canda tawa yang membahagiakan dan menjadi Keluarga Baru selama di Tanah Rantauan
10. Tim Relawan Vaksinasi Covid19 “Aksi Pemuda Batas Negri” Bang Ardie, Bang Sutris, Bang Dino, Alfian, Pandu, Jaya, Bibot, Kak Dila dan Putri yang sudah memberikan dukungan kepada penulis
11. Pengurus Harian Keluarga Pelajar Mahasiswa Kepulauan Riau Yogyakarta - Komisariat Kota Batam 2016/2017, 2017/2018 dan 2018/2019 sebagai wadah untuk berbagi pengalaman dan pembelajaran selama masa perkuliahan
12. Terima kasih kepada seluruh responden yang telah bersedia membantu, menjawab, dan mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
13. Semua Pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus Ikhlas memberikan doa dan Motivasi sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini

Penulis Menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga penulis Mengharapkan Kritik dan saran sebagai bahan untuk perbaikan penulisan skripsi ini. Penulis Berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan

*Wassalamualaikum. Wr. Wb*

Batam, 13 September 2021



Affan Nur Iman

## DAFTAR ISI

COVER .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN JUDUL SKRIPSI .....	ii
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR .....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II .....	9
KAJIAN PUSTAKA .....	9
2.1. Telaah Penelitian Terdahulu .....	9

2.2.	Landasan Teori.....	11
2.2.1.	Inovasi.....	11
2.2.2.	Kualitas Produk.....	19
2.2.3.	Kinerja Perusahaan.....	21
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	23
2.4.	Hipotesis Penelitian .....	23
BAB III .....		25
METODE PENELITIAN.....		25
3.1.	Rancangan Penelitian.....	25
3.2.	Objek Penelitian.....	25
3.3.	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.4.	Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data .....	26
3.5.	Klasifikasi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	27
3.6.	Skala Pengukuran Variabel.....	30
3.7.	Uji Instrumen .....	30
3.8.	Analisis Data.....	32
1.	Konseptualisasi Model.....	33
2.	Menentukan Metode Analisa Algoritma.....	33
3.	Menentukan Metode Resampling .....	34
4.	Penggambaran Diagram Jalur.....	34
5.	Evaluasi Model .....	35
BAB IV .....		36
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		36
4.1.	Analisis Deskriptif .....	36
4.1.1.	Karakteristik Responden .....	36
4.1.2.	Persepsi responden terhadap variabel Inovasi, Kualitas Produk, dan Kinerja Perusahaan .....	40
4.2.	Analisis Kuantitatif.....	45

4.2.1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) .....	45
4.2.2. Evaluasi Model Pengukuran (Inner Model).....	50
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian .....	55
BAB V.....	61
KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1. Kesimpulan.....	61
5.2. Saran.....	62



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka konseptual / Kerangka penelitian.....	23
Gambar 3.1. Diagram Jalur SEM PLS .....	35



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Telaah Penelitian sebelumnya.....	9
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 Umur Pemilik UKM Krupuk Ikan Kota Batam.....	37
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Pemilik UKM Krupuk Ikan Kota Batam.....	38
Tabel 4.4 Usia UKM Krupuk Ikan di Kota Batam.....	39
Tabel 4.5. Lama Mengelola UKM Krupuk Ikan di Kota Batam.....	39
Tabel 4.6. analisis Deskriptif variabel Inovasi.....	41
Tabel 4.7. Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	43
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Kinerja Perusahaan.....	44
Tabel 4.9 Nilai Loading Faktor pada Seluruh Indikator Konstruk Eksogen dan Endogen.....	47
Tabel 4.10. Hasil Cross Loading.....	48
Tabel 4.11. Hasil Pengujian Reliabilitas Konstruk.....	50
Tabel 4.12. Hasil Uji R-Square.....	51
Tabel 4.13. Hasil Pengujian Hubungan Antar Konstruk (Uji Hipotesis).....	53
Tabel 4.14. Pengaruh Tidak Langsung.....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER .....	72
LAMPIRAN 2 REKAPITULASI DATA PENELITIAN.....	77
LAMPIRAN 3 ANALISIS DESKRIPTIF .....	83
LAMPIRAN 4 UJI INSTRUMEN / UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	85
LAMPIRAN 5 UJI HIPOTESIS .....	91





## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pertumbuhan UKM adalah fokus utama pemerintah setiap negara karena pertumbuhan UKM menentukan keberhasilan bisnis UKM dan sangat penting untuk pengembangan apa pun bagi negara. Perusahaan mengembangkan berbagai strategi untuk mengembangkan bisnis mereka. Pertumbuhan strategi perusahaan menghasilkan output jangka panjang dalam bentuk bisnis yang unggul, keuntungan yang meningkat, dan peningkatan jumlah karyawan serta perluasan operasi bisnis.

Padahal literatur telah menyoroti berbagai faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan bisnis UKM seperti kompetensi kewirausahaan (Tehseen dan Sajilan, 2016); dan karakteristik pengusaha (Ferreira et al., 2011) dll, tetapi penelitian ini berpendapat bahwa kinerja inovatif UKM berdampak besar pada pertumbuhan mereka. Argumen ini sejalan dengan banyak penelitian lain yang juga menunjukkan pengaruh praktik inovatif terhadap pertumbuhan UKM.

Praktik inovatif memiliki peran penting dalam keberhasilan dan pertumbuhan bisnis UKM apalagi jika menghadapi kondisi lingkungan kompetitif yang intens di industri tersebut. Karena melalui praktik inovatif, UKM dapat melakukan berbagai hal secara berbeda baik dengan

memperkenalkan produk atau layanan baru atau dengan meningkatkan produk / layanan yang ada.

Praktik inovatif sangat penting untuk UKM menghadapi lingkungan bisnis yang tidak pasti dengan ketidakpastian yang tinggi dari perubahan teknologi dan permintaan pelanggan juga. Inovasi adalah konsep luas dan multidimensi yang mengacu pada semua kegiatan keilmuan baik pada teknologi, organisasi, keuangan dan komersial yang mengarah pada penerapan produk baru dengan meningkatn secara teknologi dan pelayanan (Kafetzopoulos dan Psomas, 2015). Inovasi telah menjadi masalah utama di berbagai tingkatan bagi perusahaan, lembaga dan pemerintah dan kepentingannya telah memotivasi para peneliti untuk mengidentifikasi berbagai kekuatan pendorongnya (Becheikh et al., 2006).

Kaitan antara inovasi dan kinerja perusahaan telah ditemukan secara konsisten dalam penelitian sebelumnya seperti (Kafetzopoulos dan Psomas, 2015; Liangxing, et al., 2016). Memang ada beberapa bukti dalam literatur akademis yang menunjukkan adanya hubungan positif antara inovasi dan kinerja perusahaan dalam industri manufaktur (Cheng et al., 2010). Namun, beberapa penelitian menunjukkan adanya pengaruh negatif atau dan tidak berpengaruh sama sekali seperti yang dikemukakan dalam penelitian (Capon et al., 1990; Chandler dan Hanks, 1994; Subramanian dan Nilakanta, 1996). Ada studi analitis dan empiris terbatas yang memeriksa hubungan langsung antara

dimensi inovasi dan berbagai aspek perusahaan kinerja (Jin et al., 2004; Gunday et al., 2011; Hashi dan Stojcic, 2010).

Untuk mencapai tujuan tersebut pada kegiatan inovasi perusahaan tidak lepas dari aktivitas kinerja operasional, karena kinerja operasional adalah aktivitas sumber daya yang berdampak pada perusahaan dalam mencapai kinerja dan prestasi perusahaan. Kinerja dan prestasi suatu perusahaan bisa dilihat dari indikator kinerja operasional dan kinerja keuangan. Kinerja operasional bisa diukur melalui keadaan kinerja dalam operasional perusahaan, sementara kinerja keuangan dapat diukur dari tahun ke tahun dengan kondisi keuangan suatu perusahaan. Kinerja operasional yang baik memerlukan dukungan kinerja organisasi, jika kinerja organisasi merupakan petualangan kompetitif yang bukan merupakan tujuan akhir, melainkan alat untuk mencapai tujuan organisasi, yaitu kinerja organisasi yang menghasilkan laba yang cukup (Ferdinand, 2013). Kemampuan sumber daya manusia sebagai tolak ukur berjalan atau tidaknya suatu kegiatan inovasi dan inovasi-inovasi yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan, seperti inovasi produk, inovasi proses, inovasi organisasi maupun inovasi pemasaran.

Kapasitas inovatif adalah kemampuan organisasi untuk menggunakan atau menerapkan ide, proses, dan produk baru (Hurley & Hult, 1998). Martinez, et al (2011) berpendapat bahwa kemampuan berinovasi terdiri dari menghasilkan ide dan ilmu baru untuk memanfaatkan pasar. Sedangkan kapabilitas inovasi produk yang disampaikan oleh Wonglimpiyarat (2010) yaitu

inovasi untuk menghasilkan produk baru melalui pengetahuan yang kokoh yang didukung dengan teknologi baru. Kapabilitas berinovasi sangat diperlukan dalam perusahaan yang memiliki banyak pesaing dan cepat jenuh.

Kafetzopoulos dan Psomas (2015) dalam penelitiannya menemukan bahwa kapabilitas inovatif memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan dan kualitas produk. Hal ini didukung dengan penelitian Kafetzopoulos dan Psomas (2015) menemukan bahwa “kapabilitas inovasi secara langsung mempengaruhi kualitas produk dan kinerja operasional. Meskipun tidak secara langsung mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan manufaktur, kemampuan berinovasi memiliki pengaruh tidak langsung terhadap kinerja operasional. Dengan demikian, kemampuan berinovasi merupakan peluang bagi perusahaan manufaktur untuk meningkatkan kinerja”.

Standarisasi kualitas merupakan langkah yang tepat untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan. Metode ini agar konsumen ini tidak kehilangan kepercayaan terhadap produk tersebut karena produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan. Perusahaan yang kurang memperhatikan standar kualitas produk bisa menimbulkan tidak loyalnya konsumen, yang akan menurunkan penjualan produk. Jika Sebaliknya jika perusahaan sangat memperhatikan kualitas agar memenuhi standar yang ada, bahkan didukung oleh iklan dan harga yang wajar, konsumen tidak akan berpikir dua kali sebelum membeli suatu produk (Kotler dan Armstrong, 2008).

Kinerja operasional merupakan salah satu hal terpenting dalam sebuah bisnis. Kinerja operasional adalah serangkaian aktivitas sumber daya yang mempengaruhi perusahaan untuk menciptakan atau meningkatkan keunggulan kompetitif. “Kinerja operasional yang maksimal dapat dijelaskan oleh beberapa indikator, seperti biaya produksi yang rendah, menghasilkan produk yang berkualitas dan menghasilkan keuntungan yang besar bagi perusahaan. Dalam penelitian ini, kinerja operasional merupakan variabel mediasi yang mempelajari pengaruh penerapan kapabilitas inovasi terhadap kualitas produk”.

Kota Batam sebagai salah satu wilayah Provinsi Kepulauan Riau merupakan sentra produksi dan sekaligus merupakan sentra pemasaran hasil perikanan. Salah satu Kelurahan penyumbang komoditas perikanan terbesar di Kota Batam adalah Kelurahan Pulau Abang Kecamatan Galang. Usaha Kerupuk ikan di kota Batam adalah industri keluarga dan rumahan yang bergerak dalam bidang makanan kerupuk yang bahan utamanya adalah ikan tenggiri.

Walau secara keseluruhan terjadi peningkatan hasil namun Usaha Kerupuk ikan di Kecamatan Galang Kota Batam dalam menentukan harga jual produksinya perusahaan ini tidak melakukan pengelompokan biaya yang sesuai dengan metode yang digunakan dalam menentukan harga pokok produksi, sehingga tidak diketahui secara pasti jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi dan hanya berorientasi pada harga bahan baku yang digunakan, sehingga apabila harga bahan baku dipasar mengalami kenaikan,

maka harga jual produk juga ikut mengalami kenaikan, begitu pula sebaliknya dan keuntungan yang diharapkan dari setiap produk sebesar 30 persen. Hal ini disebabkan karena inovasi yang dilakukan para UKM dalam memproduksi krupuk ikan yang berkualitas masih kurang optimal, sehingga peningkatan kinerja UKM masih jauh dari yang diharapkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penting kiranya untuk melakukan penelitian kembali tentang pengaruh inovasi produk dalam kaitannya meningkatkan kinerja UKM, sehingga judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada UKM Krupuk Ikan di Kota Batam)”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah inovasi berpengaruh terhadap kualitas produk?
2. Apakah inovasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
3. Apakah inovasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dengan kualitas produk sebagai mediasi.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh inovasi terhadap kualitas produk.

2. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh inovasi terhadap kinerja perusahaan.
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh inovasi terhadap kinerja perusahaan dengan kualitas produk sebagai variabel mediasi.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini bagi:

##### **1. UKM Krupuk di Kota Batam**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan solusi bagi UKM dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang menentukan keberhasilan UKM dalam mengimplementasikan produk yang berkualitas tinggi dan kinerja UKM krupuk ikan yang berkualitas. Sehingga UKM memiliki daya saing yang lebih dibandingkan para pesaing sejenis. Dan juga menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

##### **2. Pemerintah Daerah**

Mampu memberikan jawaban kepada jajaran dinas terkait mengenai cara peningkatan produk krupuk ikan yang dihasilkan dan kinerja perusahaan sehingga meningkatkan pendapatan UKM dan menambah pendapatan daerah. Selain itu juga mampu meningkatkan citra UKM Krupuk Ikan di Kota Batam dan sekitarnya.

##### **3. Peneliti**

Peneliti mampu memahami secara langsung implementasi dari kemampuan inovasi dalam UKM krupuk ikan dan mengetahui dampak dari penerapan

kemampuan inovasi perusahaan terhadap hasil produk yang lebih berkualitas, kinerja operasional lebih baik dan kinerja keuangan yang juga lebih baik pada UKM krupuk ikan di Kota Batam dan sekitarnya.

#### 4. Penelitian yang akan datang

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti yang akan datang yang tertarik melakukan penelitian mengenai kemampuan inovasi perusahaan terhadap kualitas produk dan kinerja operasional dan menjadi salah satu rujukan dalam mempertimbangkan keputusan.





## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1. Telaah Penelitian Terdahulu

Hasil telaah penelitian terdahulu dapat di tampilkan pada Tabel berikut:

Tabel 2.1. Telaah Penelitian sebelumnya

No	Judul dan Pengarang	Variabel	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Kafetzopoulos, D., & Psomas, E. (2015). <i>The impact of innovation capability on the performance of manufacturing companies. Journal of Manufacturing Technology Management,</i>	Variabel independen : Kapabilitas inovasi  Variabel dependen : Kinerja finansial  Variabel Mediasi : Inovasi Produk dan Kinerja Operasional	Penelitian melakuakn survei pada 233 UKM manufaktur. Metode statistik yang digunakan adalah SEM AMOS	Terdapat pengaruh kemampuan inovasi terhadap kualitas poduk, terdapat pengaruh kemampuan inovasi erhadap kinerja operasional, kualitas produk juga berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan adanya pengaurh kinerja operasi terhadap kualitas produk dan kinerja keuangan.
2	Tehseen dan Sajilan (2016), <i>Impact of Innovative Practices on Business Growth Under The Moderating Impacts of Culture - A Conceptual Model</i>	Variabel Independen Praktek inovasi dengan antecedent variabel : Orientasi pasar dan orientasi teknologi  Dependen Pertumbuhan bisnis UKM  Moderasi : Budaya	Metode penelitian menggunakan analisis kualitatif berdasarkan kajian teori (konseptual)	UKM harus mengadopsi yaitu orientasi teknologi dan orientasi pasar untuk praktik inovatif yang efektif. Di sisi lain hubungan inovasi-kinerja juga ditemukan bergantung pada budaya, dalam hal ini budaya sebagai moderator dalam meningkatkan hubungan antara praktik inovatif dan pertumbuhan UKM di Malaysia karena konteks bisnis multikultural.
3	Shi Liangxing,	Variabel Independen	Sampel sebanyak	Praktek inovasi produk dan

No	Judul dan Pengarang	Variabel	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
	Xiangyu Wang, Hongyi Sun & Zhen He (2016) The impact of technological innovation on product quality: the moderating role of firm size	Praktek Teknologi Inovasi  Dependen Kinerja Perusahaan  Mediasinya Kualitas Produk  Moderator Ukuran	201 perusahaan manufaktur di China  Teknik analisis data menggunakan AMOS	proses inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kualitas normal dan kualitas atraktif. Kualitas normal dan kualitas atraktif berpengaruh signifikan terhadap kinerja pasar. Selain itu ukuran perusahaan memoderasi hubungan antara praktek inovasi teknologi terhadap kualitas produk
4	Permana Indra (2017) Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Usaha Kecil Menengah Makanan Siap Saji D'besto	Variabel Independen inovasi dan kualitas produk  Dependen Kinerja Bisnis	Sampel sebanyak 60 konsumen UKM Mini Resto D'Besto di Bekasi  Teknik Analisis data menggunakan Regresi Linier Berganda	Inovasi dan kualitas produk secara simultan maupun parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis
5	Onikoyi, Idris Adegboyega (2017) Impact of Product Innovation on Organisational Performance (A Survey of Nestle Nigeria Plc)	Variabel Independen Inovasi Produk  Dependen Kinerja Organisasi	340 pada manajer pada perusahaan Nestle Nigeria Plc  Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi dan Korelasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh inovasi produk terhadap kinerja organisasi lebih tinggi di perusahaan ketika konsumen menganggap inovasi produk lebih kuat, lebih disukai, dan lebih unik. Kreativitas / kualitas proses inovasi memberikan pengaruh positif terhadap produk dan kinerja organisasi
6	Rajapathirana Jayani & Yan Hui (2018) Relationship	Variabel Independen Kapabilitas inovasi dan jenis inovasi	Sampel sebanyak 379 manajer senior pada perusahaan	Hasil penelitian ini dapat mengarahkan manajemen kemampuan inovasi yang efektif yang membantu

No	Judul dan Pengarang	Variabel	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
	between innovation capability, innovation type, and firm performance	Dependen Kinerja Finansial Mediasinya Kinerja Inovasi dan kinerja pasar	asuransi di China  Teknik analisis data menggunakan AMOS	memberikan lebih banyak hasil inovasi yang efektif untuk menghasilkan kinerja yang lebih baik dan itu akan menjadi manfaat bagi manajemen dari perusahaan asuransi.
7	Roroh et al., (2021) The Role of Product Innovation in Mediating the Entrepreneurial Competence and Motivation on the Performance of Packaged Food MSMEs	Variabel Independen Kompetensi dan motivasi  Dependen Kinerja  Mediasinya inovasi	Sampel sebanyak 70 pelaku usaha di Kabupaten Mamuju. Sedangkan analisis data menggunakan analisis jalur dengan pendekatan Regresi Linier dengan program SPSS	Variabel kompetensi dan motivasi berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap inovasi dan kinerja berwirausaha. Hasil yang lain menemukan bahwa inovasi terbukti sebagai variabel yang memediasi hubungan antara kompetensi dan motivasi dengan kinerja.

## 2.2. Landasan Teori

### 2.2.1. Inovasi

Definisi inovasi berasal dari “*innovation*” yang artinya adalah perubahan atau pembaharuan. Pokok dari kata tersebut adalah “*innova*” yang memiliki makna mengubah dan memperbaiki. Inovasi dapat diartikan “sebagai proses dan atau hasil pengembangan dan pemanfaatan atau mobilisasi pengetahuan, keterampilan (termasuk keterampilan teknologis) dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang

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

Pervaiz K. Ahmed dan Charles D. Shepherd (2010) berpendapat bahwa inovasi tidak dibatasi oleh inovasi yang melekat pada benda atau barang yang diproduksi namun juga dalam pengertian lebih luas termasuk perubahan pada perilaku dan sikap hidup atau aktivitas-aktivitas menuju proses perubahan dalam segala bentuk kehidupan masyarakat. Jadi, secara umum, inovasi berarti “ide-ide baru, produk, teknologi informasi, institusi, perilaku, nilai-nilai, dan praktik yang belum diketahui, diterima, dan digunakan atau diterapkan oleh sebagian besar anggota masyarakat di suatu wilayah tertentu, digunakan atau mendorong perubahan dalam segala aspek kehidupan masyarakat untuk mewujudkan peningkatan kualitas setiap individu dan seluruh anggota masyarakat yang terkait”. Inovasi sebagai "objek" juga

memiliki makna produk atau praktik baru yang tersedia untuk aplikasi, dan secara umum dalam arti inovasi secara komersial. Umumnya ada perubahan baru sebagai pembeda, dan sangat tergantung kondisi. Inovasi bisa baru bagi perusahaan, baru bagi pasar, negara atau wilayah, dan global. Sedangkan inovasi sebagai aktivitas adalah proses penciptaan inovasi, sering diidentikkan dengan penemuan komersialisasi

Terdapat beberapa karakteristik inovasi yang dapat mempengaruhi lamanya penerimaan inovasi yang dapat diterima oleh masyarakat, yaitu sebagai berikut: (Everett M. Rogers, 2003)

- 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 (*triability*) yaitu “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*) yaitu “dimaksud dengan dapat diamati ialah mudah atau tidaknya pengamatan suatu hasil inovasi. Suatu inovasi yang hasilnya mudah diamati akan makin cepat diterima oleh masyarakat, dan sebaliknya bila sukar diamati hasilnya, akan lama diterima oleh masyarakat”.

Kemampuan inovasi adalah tingkat inovasi perusahaan dan telah menjadi konsep multidimensi (Wonglimpiyarat, 2010). Melihat penelitian sebelumnya, pertanyaan yang muncul adalah: apa dimensi dari inovasi harus dieksplorasi untuk secara jelas membangun hubungan antara keseluruhan inovasi dan kinerja perusahaan?

Beberapa penelitian telah membedakan berbagai jenis inovasi dan telah dieksplorasi oleh para peneliti klasifikasinya dengan cara yang berbeda (Kafetzopoulos dan Psomas, 2015). Beberapa studi meneliti satu jenis inovasi seperti inovasi proses (Abrunhosa dan Moura E Sá, 2008) atau inovasi produk (Prajogo dan Sohal, 2004), sedangkan peneliti yang

lain mengeksplorasi proses dan inovasi produk (Martinez-Lorente, 2008). Banyak penelitian yang mengkonseptualisasikan innovation berhubungan dengan pemasaran dan inovasi organisasi (Kafetzopoulos dan Psomas, 2015). Menurut Kafetzopoulos dan Psomas (2015) mengklaim bahwa inovasi produk, proses, organisasi dan pasar adalah semua domain inovasi.

Menurut Damanpour (1991) membagi teknis dan inovasi administrasi. Inovasi teknis mencakup produk atau layanan baru dan proses yang baru bagi organisasi, atau perubahan cara produk dibuat atau dikirimkan. Inovasi administrasi mengacu pada penerapan ide-ide baru untuk meningkatkan struktur, sistem, dan proses organisasi berkaitan dengan struktur sosial suatu organisasi. Ini mencakup dimensi organisasi dan pemasaran saat mereka berurusan dengan perubahan dalam struktur organisasi.

Menurut OECD (2005), yang merupakan pedoman dasar internasional mendefinisikan dan menilai kegiatan inovasi, empat jenis inovasi yang berbeda diperkenalkan. Inovasi tersebut adalah inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi.

Menurut Rajapathirana dan Hui, (2018) memperkenalkan empat jenis inovasi termasuk produk, proses, organisasi dan inovasi pasar. Inovasi produk dan inovasi proses sangat erat kaitannya dengan peningkatan teknologi terutama di industri jasa istilah teknologi mungkin dianggap

menggunakan berteknologi tinggi dan peralatan modern. Inovasi produk / layanan adalah “memperkenalkan produk yang baru atau layanan dengan kinerja yang meningkat secara signifikan. Karakteristik seperti spesifikasi teknis, perangkat lunak yang digabungkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan utama lebih baik daripada produk yang ada produk”. Atribut inti dari produk jasa adalah produk layanan baru yang tidak berwujud dan berkembang disebut inovasi produk / layanan (Johne & Storey, 1998). Inovasi produk / layanan adalah “faktor kinerja penting yang menyediakan kemampuan untuk ekspansi ke pasar dan industri baru (Damanpour & Gopalakrishnan, 2001) dan memungkinkan untuk mendapatkan peluang keuntungan yang lebih besar dan menyediakan sistem baru bagi perusahaan dalam memperoleh keuntungan” (Nambisan, 2003).

Untuk memenuhi adanya kondisi perubahan yang cepat dan golbal pada konsumen dan semakin didorong oleh teknologi, penting bagi perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas sistem operasinya, model bisnis, dan nilai proposisi. Perusahaan perlu mempertimbangkan agar dapat melakukan transformasi holistik yang berkelanjutan atas produk atau layanan, sistem dan proses bisnis yang akan dijalankan agar pertumbuhan pendapatan semakin meningkat, stabilitas keuangan yang baik sehingga akan meningkatkan pengalaman pelanggan dan memimpin persaingan di pasar (Deloitte, 2017).



Inovasi proses adalah “penerapan metode produksi atau pengiriman yang baru atau yang ditingkatkan secara signifikan”. Mungkin dianggap sebagai perubahan alat, modal manusia, dan cara kerja atau metode atau kombinasi ini seperti memasang perangkat lunak yang untuk mempercepat proses penyelesaian klaim dan kebijakan (Rajapathirana dan Hui, 2018). Mereka menekankan bahwa inovasi proses sebagai pengenalan taktik baru untuk produk atau layanan atau cara baru untuk mengkomersialkan produk atau layanan tersebut. Inovasi proses dapat mempengaruhi produktivitas, pertumbuhan produktivitas atau profitabilitas (Veugelers, 2008).

Proses ini diperlukan untuk mengirimkan produk atau layanan yang tidak dibayar langsung oleh pelanggan. Oleh karena itu inovasi proses harus menjadi perubahan baru untuk tindakan memproduksi atau mengirimkan produk yang memungkinkan peningkatan secara signifikan nilai yang disampaikan kepada para pemangku kepentingan (Savitz, Kaluzny, & Kelly, 2000).

Sebuah inovasi pemasaran adalah implementasi dari yang baru metode pemasaran yang melibatkan perubahan signifikan dalam desain produk atau kemasan, penempatan produk, promosi atau penetapan harga produk (OECD, 2005). Inovasi pemasaran adalah kemampuan perusahaan untuk mempublikasikan dan menjual produk atas dasar pemahaman kebutuhan konsumen, keadaan persaingan, biaya dan manfaat serta penerimaan inovasi (Kafetzopoulos dan Psomas, 2015). Inovasi pemasaran

ditujukan untuk mengatasi kebutuhan pelanggan, membuka pasar baru atau baru memposisikan produk perusahaan di pasar dengan tujuan meningkatkan penjualan perusahaan.

Alsamydai, Alnawas dan Yousif (2010) melakukan penelitian tentang pengaruh inovasi pemasar pada bank komersial swasta di negara Yordania. Hasil temuannya menyebutkan bahwa inovasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing perusahaan dan pertumbuhan pasar dalam periode jangka. Hasil ini memberikan implikasi agar manajer mendukung pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan dengan strategi inovasi perusahaan dan meningkatkan persepsi inovasi pemasaran.

Inovasi organisasi adalah penerapan metode organisasi baru dalam praktik bisnis perusahaan, organisasi atau hubungan eksternal (Rajapathirana dan Hui, 2018). Inovasi organisasi dapat mengarah pada meningkatnya kinerja perusahaan dengan mengurangi administrasi dan biaya transaksi, bukan bermaksud untuk meningkatkan kepuasan tempat kerja. Kegiatan yang berorientasi pada perubahan organisasi akibatnya dapat dikaitkan dengan inovasi organisasi (Tether & Tajar, 2008). Demikianlah inovasi organisasi sangat terkait dengan semua upaya administratif termasuk memperbarui sistem organisasi, prosedur, rutinitas untuk mendorong kekompakan tim, koordinasi, kolaborasi, praktek berbagi informasi dan berbagi pengetahuan serta pembelajaran (Van der Aa & Elfring, 2002).

Menurut Hamdouch & Samuelides (2001) inovasi organisasi akan membantu menyerap evolusi dan memanfaatkannya menjadi inovasi di untuk mencapai pertumbuhan pasar yang merajalela. Ini juga bisa diterapkan industri jasa apa pun yang menghadapi teknologi dan regulasi.

Dalam penelitian ini indikator inovasi mengacu pada penelitian Kafetzopoulos dan Psomas (2015) yang terdiri dari inovasi produk, proses, pemasaran dan organisasi

### **2.2.2. Kualitas Produk**

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

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

Berdasarkan beberapa definisi inovasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah suatu produk dan jasa yang melalui beberapa tahapan proses dengan mempertimbangkan nilai produk dan jasa tanpa kekurangan nilai produk dan jasa, serta menghasilkan produk dan jasa sesuai dengan harapan pelanggan.

Dalam mencapai kualitas produk seperti yang diharapkan, diperlukan standar kualitas. Metode ini bertujuan agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak kehilangan kepercayaan terhadap produk tersebut. Pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan tidak setia kepada konsumen sehingga penjualan produk akan cenderung menurun. Jika pemasar memperhatikan kualitas, bahkan diberdayakan oleh iklan dan harga yang wajar, konsumen tidak akan berpikir panjang untuk membeli suatu produk (Kotler dan Armstrong, 2008).

Kualias menurut Kotler and Amstrong (2008) yaitu *“the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”* yang artinya kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, itu termasuk daya tahan produk secara keseluruhan, keandalan, presisi, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut berharga lainnya.

Berdasarkan definisi tersebut maka penting untuk dicatat bahwa kualitas produk tidak hanya ditinjau dari sudut pandang perusahaan, tetapi dilihat dari perspektif pelanggan. Berkaitan dengan itu, dikemukakan dua faktor penting yang mempengaruhi kualitas produk, yaitu kualitas produk yang diharapkan dan kualitas produk yang dirasakan. Secara rinci, jika dirasakan kualitas produk sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan mempersepsikan kualitas produk sebagai barang yang baik kualitas dan juga merasa puas. Sebaliknya jika kualitas produk yang dipersepsikan tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas produk yang dianggap pelanggan memenuhi syarat sebagai kualitas produk yang buruk. Jadi, kualifikasi keduanya buruk dan produk yang baik tergantung pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan.

### **2.2.3. Kinerja Perusahaan**

Kinerja perusahaan dianggap sebagai konstruksi multidimensi dan merupakan ukuran keberhasilan dan pencapaian perusahaan. Sebuah serangkaian ukuran kinerja keuangan yang terbatas dapat berdampak buruk pada kelangsungan hidup jangka panjang organisasi, sehingga organisasi harus mengembangkan berbagai ukuran kinerja. Kafetzopoulos dan Psomas (2015) menganggap kualitas produk, ditambah dengan operasi dan keuangan kinerja perusahaan, menjadi dimensi kinerja mereka. Sedangkan menurut Jahanshahi, Rezaie, Nawaser, Ranjbar & Pitamber, (2012) kinerja perusahaan diukur dengan kinerja operasional, kinerja keuangan dan kinerja pasar.

#### a. Kinerja Keuangan

Menurut Kafetzopoulos dan Psomas (2015) Kinerja keuangan didefinisikan sebagai pencapaian tujuan keuangan dan pangsa pasar. Indikator kinerja keuangan seperti pertumbuhan penjualan perusahaan, profitabilitas, margin laba bersih, dan arus kas. Kinerja biasanya dinilai dengan menggunakan pengukuran berdasarkan data akuntansi atau data keuangan. Kelemahan pada pengukuran berdasarkan data akuntansi adalah bahwa mereka fokus pada kinerja masa lalu (Kaplan & Norton, 1992). Sangat sedikit data dari tahun-tahun sebelumnya yang dapat menunjukkan potensi masa depan perusahaan. Oleh karena itu, kinerja perusahaan tidak dapat diukur hanya berdasarkan pengukuran berdasarkan data akuntansi (Ursula & Wilderom, 1997). Beberapa ahli menggunakan laba atas penjualan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan, peningkatan produktivitas tenaga kerja, dan peningkatan biaya produksi untuk mengukur kinerja keuangan.

#### b. Kinerja Operasional

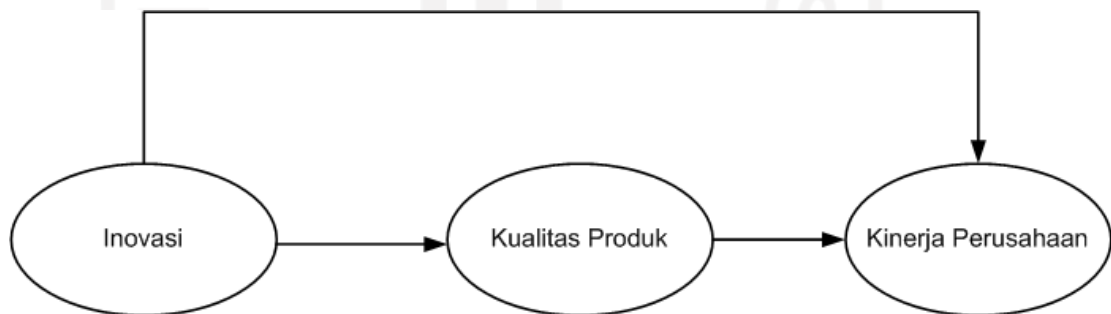
Kinerja operasional biasanya diukur sebagai komposit beberapa dimensi kinerja dan mencerminkan kinerja operasi internal perusahaan dalam hal kualitas produk/proses, efisiensi dan produktivitas (Kafetzopoulos dan Psomas, 2015). Dalam penelitian ini, kinerja operasional faktor tersebut diukur melalui pangsa pasar kualitas, dan kepuasan pelanggan

### c. Kinerja Pasar

Sebuah evaluasi yang komprehensif dari hubungan antara berbagai risiko operasional dan kinerja pasar perusahaan dapat membantu regulator dan manajemen perusahaan untuk memantau dan mengurangi risiko operasional, terutama yang menghasilkan probabilitas tinggi dan risiko kerugian besar. . Indikator kinerja pasar dalam penelitian ini terdiri dari return saham, nilai tambah pasar dan keuntungan tahuann (Carton, 2004).

Dalam penelitian ini untuk mengukur kinerja perusahaan hanya menggunakan dua pendekatan indikator yaitu kinerja operasional dan kinerja pasar. Pertimbangannya karena kinerja pasar membutuhkan data-data seperti keuntungan saham yang sulit diperoleh ketika obyeknya hanya UMKM.

### 2.3. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1. Kerangka konseptual / Kerangka penelitian

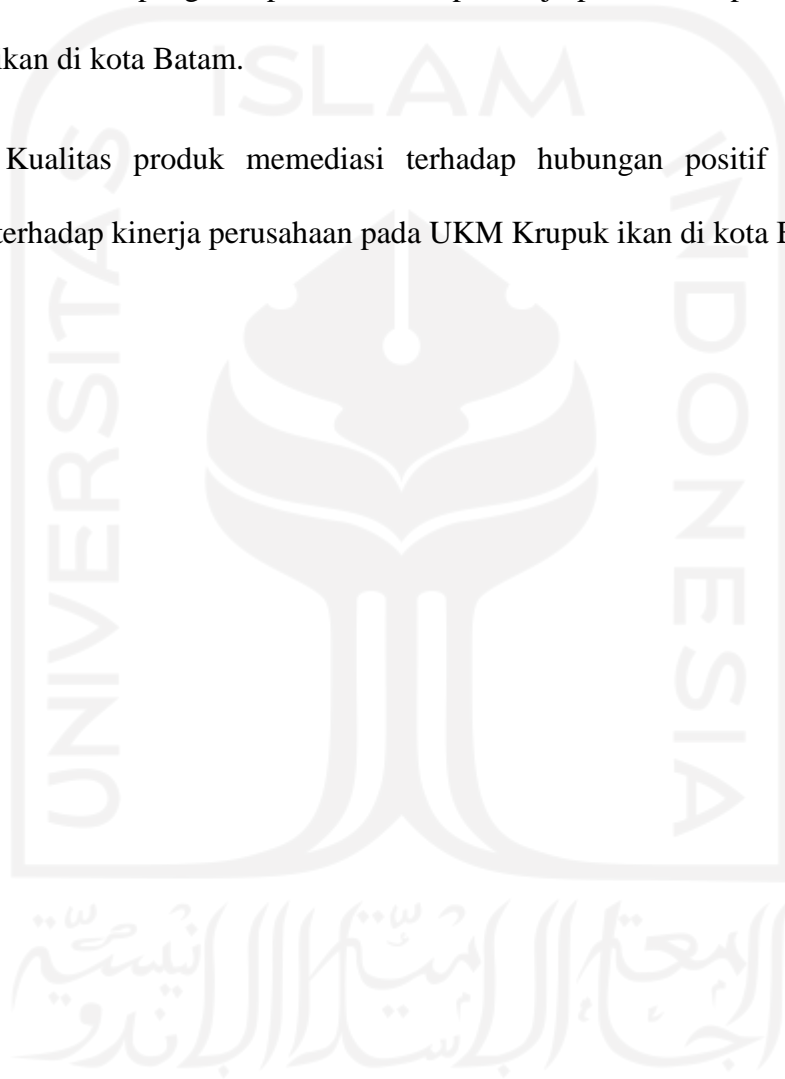
### 2.4. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka penelitian / rerangka penelitian ( gambar 2.1) maka dalam penelitian ini terdapat beberapa hipotesis yang dapat dirumuskan, yaitu :

H1. Inovasi berpengaruh positif terhadap kualitas produk pada UKM Krupuk ikan di kota Batam.

H2. Inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan pada UKM Krupuk ikan di kota Batam.

H3. Kualitas produk memediasi terhadap hubungan positif antara Inovasi terhadap kinerja perusahaan pada UKM Krupuk ikan di kota Batam





## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Rancangan Penelitian**

Penelitian ini dirancang untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan yang ingin dicapai, dan sekaligus untuk menguji hipotesis. Jenis penelitian ini termasuk penelitian : survey (*survey research*). Penelitian survey adalah “penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis” (Sugiyono, 2012).

Penelitian ini merupakan penelitian dalam bentuk survey yang menganalisis pengaruh kemampuan operasi perusahaan terhadap kinerja perusahaan melalui praktek rantai pasokan. Survey dilakukan melalui kuesioner yang diberikan atau ditujukan kepada obyek penelitian.

#### **3.2. Objek Penelitian**

Objek Penelitian ini adalah UMKM krupuk ikan di kota Batam. Peneliti hanya meneliti kecamatan Galang kota Batam dikarenakan kecamatan ini merupakan sentra industri ikan yang cukup berkembang pesat di kota Batam. Selain itu, jumlah UMKM kerajinan kurpuk ikan di kecamatan Galang kota Batam sendiri sudah mencukupi untuk pengujian..

### **3.3. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi yaitu “wilayah yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2014). Populasi penelitian adalah semua UMKM kerajinan kurpuk ikan di kecamatan Galang kota Batam yang berjumlah 68 UKM.

#### **2. Teknik Pengambilan Sampel**

Mengingat jumlah sampel dirasa cukup kecil yang jumlahnya dibawah 100 maka metode pengambilan sampel yang paling tepat adalah metode sensus. Metode sensus adalah “cara pengumpulan data apabila seluruh element populasi diselidiki satu per satu. data yang diperoleh tersebut merupakan hasil pengolahan sensus disebut sebagai data sebenarnya”. Dengan demikian sampel penelitian ini adalah semua UKM krupuk ikan di Kota Batam yang berjumlah 68 UKM.

### **3.4. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.4.1. Data Primer**

Jenis data yang digunakan penelitian ini termasuk jenis data primer. “Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner (Sekaran, 2006). Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang diukur langsung oleh peneliti

dengan menyebar pertanyaan yang berisikan tentang inovasi, kualitas produk dan kinerja perusahaan. Survey dilakukan menyebar kuesioner baik secara online maupun off line kepada manajemen atau pemilik UMKM kerupuk ikan di kota Batam.

#### 3.4.2. Data Sekunder

Menurut (Umar, 2013:42) data sekunder adalah: “Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram- diagram”. Dengan kata lain bahwa data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Dalam penelitian ini data sekunder yang dibutuhkan ada data tentang daftar UMKM kerupuk ikan di kota Batam. Selain itu data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data tentang kondisi bisnis kerupuk ikan di kota Batam, yang diperoleh dari BPS Kota Batam.

#### 3.5. Klasifikasi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui dimensi-dimensi inovasi produk terhadap kinerja UKM krupuk ikan Kota Batam. Dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel, yaitu :

### 1. Variabel Independen

Sugiyono (2011) “menyatakan bahwa variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab pembahasan atau tumbuhnya variabel dependen (terikat) dalam penelitian”. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah inovasi produk (X)

### 2. Variabel Dependen

“Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas” (Sugiyono, 2014). Variabel dependen untuk penelitian ini adalah kinerja perusahaan (Y).

### 3. Variabel Mediasi

Menurut Tuckham (dalam Sugiyono,2014) “variable mediasi adalah variable yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variable independen dengan variable dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat di amati dan di ukur”. Variabel Variabel mediasi pada penelitian ini adalah kualitas produk (Z).

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator & Item pernyataan
Inovasi (Rajapathirana dan Hui, 2018)	<p><b>Inovasi Pasar :</b> Media dan teknik pemasaran baru Saluran dan penempatan penjualan baru Saluran pengiriman yang baru</p> <p><b>Inovasi Produk:</b> Mengembangkan produk asli Meningkatkan nilai produk Menambah bahan-bahan produk baru Menambah spesifikasi variasi produk</p> <p><b>Inovasi Organisasi:</b> Praktik bisnis organisasi yang baru Meningkatkan manajemen pengetahuan Memperbaiki sistem tanggung jawab dan pengambilan keputusan organisasi Memperbaiki hubungan dengan pihak eksternal</p> <p><b>Inovasi Proses :</b> Meningkatkan kecepatan operasi Membangun plat form bisnis yang baru Membangun proses online yang interaktif Mengurangi biaya yang lebih efisien</p>
Kualitas Produk (Kafetzopoulos dan Psomas (2015)	<p>Perbandingan kualitas pemahaman produk dengan pesaing-pesaing. Keandalan produk. Ketahanan produk. Penyesuaian produk kepada spesifikasi perusahaan</p>
Kinerja Perusahaan (Rajapathirana dan Hui, 2018)	<p>Profitabilitas perusahaan yang terus meningkat Peningkatan produktivitas kerja Pertumbuhan pangsa pasar Kepuasan pelanggan Secara keseluruhan posisi kinerja operasional kompetitif</p>

### 3.6. Skala Pengukuran Variabel

Skala likert digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur tanggapan atau persepsi responden terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan inovasi, kualitas produk dan kinerja perusahaan. “Skala liker dijabaran dari indikator-indikator yang ada dalam penelitian, yang selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun instrumen yang dapat berupa pernyataan ataupun pernyataan” (Sugiyono, 2014). Penelitian ini menggunakan pendekatan model lima ukuran skala likert seperti tampak pada Tabel 3.1.

Tabel 3.2. Skala pengukuran variabel

Keterangan	Notasi	Skor
Sangat tidak setuju	STS	1
Tidak setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

### 3.7. Uji Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah butir-butir dalam angket mampu mengukur variabel-variabel penelitian yang akan diuji. Sekaran dan Bougie (2016) menyatakan bahwa “validitas adalah pembuktian suatu

instrumen, teknik, atau proses yang digunakan terhadap suatu model yang benar-benar mengukur konsep yang digunakan dalam penelitian, yang semakin tinggi nilai validitasnya maka semakin akurat. akan ditampilkan hasil yang diperoleh dari kuisisioner|. Untuk mengevaluasi item-item yang terdapat dalam tubuh kuesioner, akan” dilakukan verifikasi berbasis teori dan konseptual oleh supervisor penelitian untuk mengevaluasi apakah item-item tersebut valid atau tidak untuk mengukur variabel-variabel yang terikat untuk diuji. Selain itu, validitas konstruk juga akan diterapkan untuk menguji validitas angket sebagai instrumen penelitian. Metode korelasi product moment yaitu metoda anaalisis data dengan mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya. Untuk menentukan apakah skala memiliki validitas konstruk yang kuat, masing-masing korelasi harus melampaui r Tabel pada tingkat signifikansi 5%. (Sugiyono, 2014)

## **2. Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur instrumen sejauh pengukurannya tidak bias dan konsisten (Sekaran, 2016), sehingga instrumen tersebut dapat mencapai hasil yang meyakinkan. Item-item dalam instrumen diperlukan untuk mewakili konstruksi laten dasar yang sama dan secara substansial berkorelasi agar instrumen tersebut dapat diandalkan. Cronbach Alpha adalah metode yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen, di mana ia akan menghitung hubungan

kuadrat antara skor yang diamati dan skor yang sebenarnya. Batas nilai yang digunakan untuk menilai tingkat keandalan yang dapat diterima adalah  $> 0,6$ , (Arikunto, 2013).

### **3.8. Analisis Data**

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang ingin peneliti replika, Structural Equation Modeling (SEM) dengan Partial Least Squares (PLS) akan digunakan untuk pengujian hipotesis karena kemudahannya dalam menguji beberapa variabel dependen. SEM adalah metode analisis statistik multivariat yang digunakan untuk studi hubungan struktural. Metode SEM memungkinkan peneliti untuk memodelkan, memperkirakan dan menguji teori yang kompleks secara bersamaan dengan data empiris (Hair, et al., 2014). SEM biasanya digunakan untuk mempelajari hubungan relasional antara variabel terhitung dan konstruksi tersembunyi. Dalam studi tunggal, SEM akan membantu peneliti untuk memperkirakan ketergantungan ganda dan saling terkait, di mana SEM memungkinkan peneliti untuk secara bersamaan menganalisis serangkaian hubungan ketergantungan yang saling terkait antara kumpulan konstruksi, dijelaskan oleh beberapa variabel, sambil mempertimbangkan kesalahan pengukuran (Hair, et al., 2014). Namun, ada dua model SEM, SEM Berbasis Kovarians (SEM-CB), dan SEM Kuadrat Terkecil Partial (SEM-PLS). Hair, et al., (2014) menyebutkan bahwa SEM-CB umumnya digunakan untuk memvalidasi atau menolak hipotesis dengan mengevaluasi seberapa baik model teoritis yang diusulkan dapat memprediksi matriks kovarians untuk kumpulan data sampel, di mana SEM-



PLS terutama digunakan untuk menetapkan hipotesis dalam penelitian eksplorasi dengan berkonsentrasi pada menunjukkan varians dalam variabel dependen sambil menganalisis model. Menurut Abdullah dan Hartono (2015), ketika suatu model melibatkan lebih dari satu variabel terikat, maka akan kurang efektif menggunakan Ordinary Least Squares (OLS), karena pengujian harus dilakukan secara bertahap dan manual, maka SEM-PLS akan digunakan dalam penelitian ini. Dua bentuk variabel yang digunakan dalam analisis ini: variabel endogen yang setara dengan variabel dependen dan variabel eksogen yang sebanding dengan variabel independen. Adapun langkah-langkah dalam analisis PLS adalah sebagai berikut

### **1. Konseptualisasi Model**

Pada tahap ini dilakukan pengembangan dan pengukuran konstruk, dengan langkah-langkah yaitu spesifikasi domain konstruk, menentukan item yang merepresentasikan konstruk, mengumpulkan data untuk uji pre-test, melakukan purifikasi konstruk, mengumpulkan data baru, uji reliabilitas, uji validitas, dan menentukan skor pengukuran konstruk.

### **2. Menentukan Metode Analisa Algoritma**

Dalam PLS-SEM metoda analisis algoritma yang disediakan hanyalah algoritma PLS dengan tiga pilihan skema yaitu factorial, centroid dan path atau structural weighting. Skema yang disarankan adalah path atau structural weighting (Ghozali, 2012). Langkah selanjutnya menentukan Jumlah sampel, sampel minimal yang direkomendasikan antara 30 –100 kasus.

### **3. Menentukan Metode Resampling**

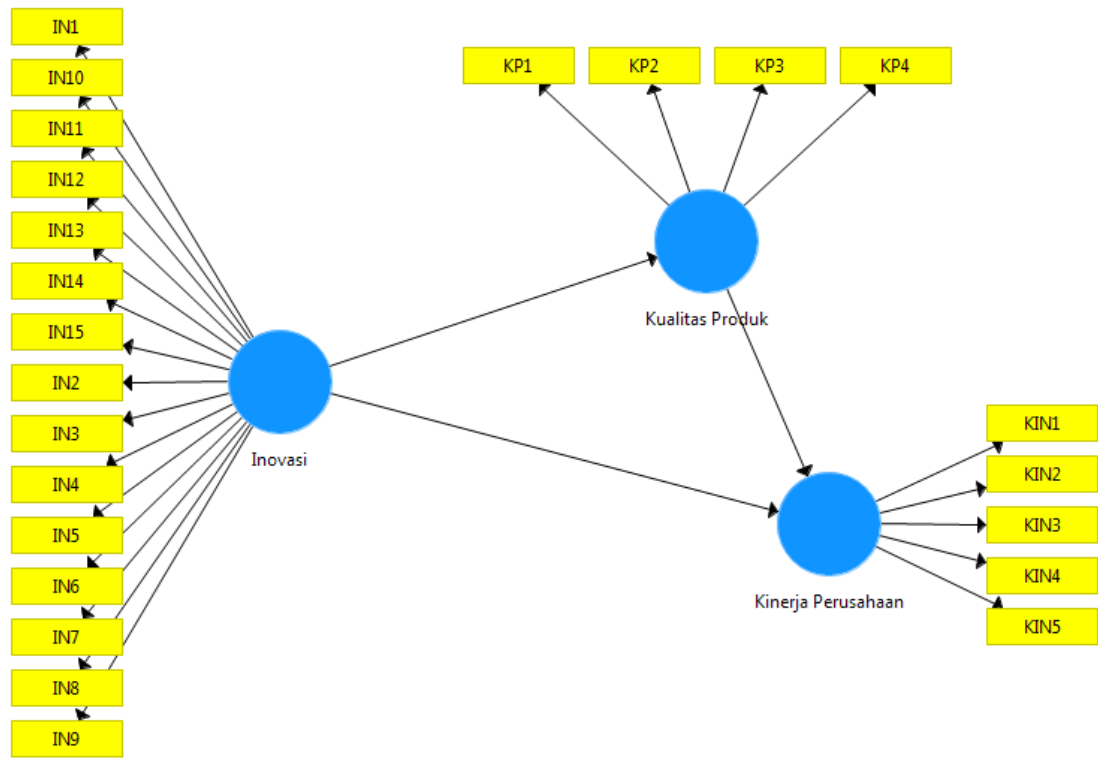
Metode resampling merupakan metode menggandakan data yang digunakan untuk melihat signifikansi data. Terdapat dua metode resampling yang digunakan, yaitu bootstrapping dan jackknifing. Metode jackknifing hanya menggunakan subsampel dari sampel asli yang dikelompokkan dalam grup untuk melakukan resampling kembali. Metode bootstrapping menggunakan seluruh sampel asli yang untuk melakukan resampling kembali.

### **4. Penggambaran Diagram Jalur**

Setelah melakukan konseptualisasi model, menentukan motoda analisis algorithm dan metode resampling, langkah selanjutnya adalah menggambar diagram jalur (path diagram) dengan menggunakan prosedur nomogram reticular action modeling (RAM) dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Konstruk teoritikal yang menunjukkan variabel laten digambar dengan dengan bentuk lingkaran.
- b. Variabel observed atau indikator digambar dengan bentuk kotak.
- c. Hubungan asimetri digambarkan dengan arah panah tunggal.
- d. Hubungan simetri digambarkan dengan arah panah double

Adapun diagram jalur dalam aplikasi PLS dalam kasus penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1. Diagram Jalur SEM PLS

## 5. Evaluasi Model

Evaluasi model dilakukan dengan dua tahap, yaitu: mengevaluasi model pengukuran atau outer model yaitu melalui analisis faktor konfirmatori atau confirmatory factor analysis (CFA) dan mengevaluasi model struktural atau inner model yaitu uji signifikansi untuk menguji pengaruh antar variabel atau konstruk. Kriteria penilaian jika nilai probabilitas  $< 0,05$  maka pengaruh antar variabel dapat dinyatakan signifikan, dan sebaliknya jika probabilitas  $> 0,05$  maka model dikatakan tidak berpengaruh signifikan.

## BAB IV

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menjabarkan tentang profil pemilik UKM Kerupuk ikan di kota Batam yang meliputi jenis kelamin, umur dan pendidikan, menjelaskan profil UKM yang terdiri dari umur UKM, dan lama mengelola UKM, serta menganalisis tentang persepsi responden pada ketiga variabel yaitu inovasi produk, kualitas produk dan kinerja perusahaan.

##### 4.1.1. Karakteristik Responden

###### a. Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kelompok yaitu pengelola UKM pria dan wanita, dan selengkapnya distribusi responden ini ditunjukkan pada Tabel 4.1:

Tabel 4.1 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah orang	Dalam persen
Pria	19	27.9%
Wanita	49	72.1%
Total	68	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2021

Gambaran jenis kelamin, dari 68 responden yang diambil sebagai sampel yaitu pengelola atau pemilik pada UKM krupuk ikan di Kota Batam mayoritas adalah wanita yaitu sebesar 72,1% atau 49 orang dan hanya 27,9%

atau 19 orang adalah pria. Hal ini menunjukkan bahwa yang menjadi manajer atau pemilik mayoritas adalah wanita dibandingkan pria.

#### **b. Umur Responden**

Responden yang mengelola UKM kerupuk ikan di kota Batam terbagi dalam beberapa kelompok umur, dan ditampilkan pada Tabel 4.2:

Tabel 4.2 Umur Pemilik UKM Krupuk Ikan Kota Batam

Umur	Jumlah orang	Dalam persen
21 - 30 tahun	8	11.8%
31 - 40 tahun	31	45.6%
41 - 50 tahun	24	35.3%
51 - 60 tahun	5	7.4%
Total	68	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa pemilik UKM krupuk ikan di Kota Batam adalah berumur antara 31 –40 tahun yaitu sebanyak 31 orang atau sebesar 45,6%, berusia antara 41 – 50 tahun sebesar 24 orang atau 35,3%, berusia antara 51 60 tahun sebanyak 5 orang atau 7,4%, dan usia antara 21 – 30 tahun sebanyak 8 orang atau 11,8%. Hal ini menunjukkan bahwa yang menjadi pemilik atau pengelola UKM krupuk ikan mayoritas berusia muda dan masih produktif, sehingga memiliki semangat kerja yang tinggi untuk mencapai kinerja UKM yang lebih baik.

### c. Pendidikan terakhir Responden

Responden yang mengelola UKM kerupuk ikan di kota Batam terbagi dalam beberapa kelompok pendidikan terakhir seperti ditunjukkan pada Tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Pemilik UKM Krupuk Ikan Kota Batam

Pendidikan terakhir	Jumlah orang	Dalam persen
SMA/SMK	48	70.6%
AKADEMI D1/D2/D3	9	13.2%
S1	11	16.2%
Total	68	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa pemilik atau pengelola UKM krupuk ikan di Kota Batam adalah lulusan SMA / SMK sebanyak 48 orang atau sebesar 70,6%. Sedangkan responden yang lain adalah lulusan Sarjana muda (Akademi, D1,D2 dan D3) sebesar 9 orang atau 13,2%, dan lulusan sarjana (S1) sebesar 11 orang atau 16,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik atau pengelola UKM krupuk ikan di Kota Batam mayoritas berpendidikan menengah keatas dan lulusan perguruan tinggi.

### d. Umur UKM

UKM kerupuk ikan di kota Batam terbagi dalam beberapa kelompok umur seperti ditunjukkan pada Tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4 Usia UKM Krupuk Ikan di Kota Batam

Umur perusahaan	Jumlah UMKM	Dalam persen
1 -5 tahun	49	72.1%
6 - 10 tahun	18	26.5%
> 10 tahun	1	1.5%
Total	68	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa umur UKM antara 1 - 5 tahun yaitu sebanyak 49 UKM atau sebesar 72,1%, berusia antara 6 – 10 tahun sebesar 18 UKM atau 26,5% dan lebih dari 10 tahun yaitu sebanyak 1 UKM atau sebesar 1,5%. Hal ini menunjukkan bahwa banyak UKM-UKM baru yang mulai menggeluti usaha krupuk ikan di kota Batam.

**e. Lama Mengelola UKM**

Responden yang mengelola UKM kerupuk ikan di kota Batam terbagi dalam beberapa kelompok lama mengelola UKM seperti ditunjukkan pada Tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5. Lama Mengelola UKM Krupuk Ikan di Kota Batam

Lama mengelola	Jumlah orang	Dalam persen
1 -5 tahun	46	67.6%
6 - 10 tahun	19	27.9%
> 10 tahun	3	4.4%
Total	68	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa lama mengelola UKM antara 1 - 5 tahun yaitu sebanyak 46 orang atau sebesar 67,6%, lama mengelola UKM antara 6 – 10 tahun sebesar 19 orang atau 27,9% dan lebih

dari 10 tahun yaitu sebanyak 3 orang atau sebesar 4,4%. Hal ini pengelola atau pemilik UKM krupuk ikan telah cukup lama mengelola UKM.

#### **4.1.2. Persepsi responden terhadap variabel Inovasi, Kualitas Produk, dan Kinerja Perusahaan**

Dalam penelitian ini pengukuran variabel dilakukan melalui kuesioner dengan skala penilaian terendah 1 yaitu jawaban sangat tidak setuju dan ukuran terbesar adalah 5 yaitu jawaban sangat setuju. Dengan demikian dari penilaian 1 sampai 5 jika dibagi menjadi 5 kelas penelitian maka intervalnya adalah  $(5-1)/5=0,8$ , maka batasan penilaian dapat dikelompokkan sebagai berikut :

1,00 – 1,79	=	Sangat Rendah/sangat tidak baik
1,80 – 2,59	=	Rendah/tidak baik
2,60 – 3,39	=	Sedang/cukup
3,40 – 4,19	=	Tinggi/baik
4,20 – 5,00	=	Sangat Tinggi / Sangat baik

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

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

Inovasi terdiri dari 20 item pertanyaan, hasil analisis deskriptif dapat ditunjukkan pada table 4.7 berikut :



**Tabel 4.6. analisis Deskriptif variabel Inovasi**

No	Item Inovasi	Rata-rata	Kriteria
1	UKM Kami selalu memanfaatkan media dan teknik pemasaran baru	4.09	Baik
2	UKM Kami terus mengembangkan saluran dan penempatan penjualan baru	4.19	Baik
3	UKM Kami terus mengembangkan saluran pengiriman yang baru	4.16	Baik
<b>Rata-rata Inovasi Pasar</b>		<b>4.147</b>	<b>Baik</b>
4	UKM kami secara konsisten melakukan inovasi dengan mengembangkan produk asli	4.07	Baik
5	UKM kami berinovasi untuk meningkatkan nilai produk	4.21	Sangat Baik
6	Inovasi yang dilakukan UKM kami dilakukan dengan menambah bahan-bahan produk baru	4.06	Baik
7	UKM kami secara konsisten melakukan inovasi dengan menambah spesifikasi variasi produk	4.07	Baik
<b>Rata-rata Inovasi Produk</b>		<b>4.103</b>	<b>Baik</b>
8	UKM kami menerapkan praktik bisnis organisasi yang baru	4.07	Baik
9	UKM kami melakukan berbagai cara dalam meningkatkan manajemen pengetahuan	4.13	Baik
10	UKM kami terus memperbaiki sistem tanggung jawab dan pengambilan keputusan organisasi	4.12	Baik
11	UKM kami konsisten dalam memperbaiki hubungan dengan pihak eksternal	4.06	Baik
<b>Rata-rata Inovasi Organisasi</b>		<b>4.096</b>	<b>Baik</b>
12	UKM kami telah meningkatkan kecepatan operasi	4.01	Baik
13	UKM kami sedang membangun plat form bisnis yang baru	3.97	Baik
14	UKM kami sedang membangun proses online yang interaktif	4.09	Baik
15	UKM kami telah mengurangi biaya yang lebih efisien	3.91	Baik
<b>Rata-rata Inovasi Proses</b>		<b>3.996</b>	<b>Baik</b>
<b>Rata-rata Total Inovasi</b>		<b>4.085</b>	<b>Baik</b>

Sumber : Data primer diolah, 2021

Hasil penilaian terhadap item pertanyaan, indikator dan variabel sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa rata - rata penilaian responden terhadap variabel inovasi adalah sebesar 4,085.

Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada item UKM kami berinovasi untuk meningkatkan nilai produk dengan rata-rata sebesar 4,21 (sangat baik), sedangkan responden memberikan penilaian paling rendah pada UKM kami telah mengurangi biaya yang lebih efisien dengan rata – rata sebesar 3,91 (baik). Hasil ini sesuai dengan penilaian pada masing-masing jenis inovasi dengan penilaian tertinggi adalah inovasi pasar dengan rata-rata 4,147 dan penilaian terendah adalah inovasi proses dengan rata-rata sebesar 3,996.

Hasil ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang tinggi terhadap variabel inovasi secara keseluruhan karena berada pada interval 3,40 – 4,19. “Hal ini disebabkan karena perusahaan mengadopsi atau mengimplementasikan gagasan baru, proses dan produk baru, karena kemampuan berinovasi mutlak sangat diperlukan dalam sebuah bisnis yang memiliki banyak pesaing (*competitors*) dan rentan akan kejenuhan”.

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

Kualitas produk dalam penelitian ini diukur dengan empat item pertanyaan dan penilaian masing-masing item serta variabel ditunjukkan pada Tabel 4.7:

**Tabel 4.7. Analisis Deskriptif Kualitas Produk**

No	Item Kualitas Produk	Rata-rata	Kriteria
1	Produk krupuk ikan yang dihasilkan UKM kami kualitasnya dapat dibandingkan dengan pesaingnya.	4.25	Sangat Baik
2	Produk krupuk ikan yang dihasilkan UKM kami memiliki keandalan produk	4.24	Sangat Baik
3	Produk krupuk ikan yang dihasilkan UKM kami memiliki ketahanan Produk.	4.06	Baik
4	Adanya penyesuaian produk kepada spesifikasi perusahaan	3.96	Baik
	Rata-rata	4.13	Baik

Sumber : Data primer diolah, 2021

Hasil penilaian terhadap item pertanyaan, indikator dan variabel sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap Kualitas produk adalah sebesar 4,13 (baik). Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada produk krupuk ikan yang dihasilkan UKM kami kualitasnya dapat dibandingkan dengan pesaingnya dengan rata-rata sebesar 4,25 (sangat baik), sedangkan responden memberikan penilaian paling rendah pada adanya penyesuaian produk kepada spesifikasi perusahaan dengan rata – rata sebesar 3,96 (baik). “Hal ini berarti responden telah memberikan penilaian yang setuju terhadap variabel Kualitas produk karena berada pada interval 3,40 – 4,19, karena produk UKM krupuk ikan yang dihasilkan UKM kualitasnya dapat dibandingkan dengan pesaingnya, memiliki keandalan produk, awet, dan adanya penyesuaian produk kepada spesifikasi perusahaan”.

**c. Variabel Kinerja Perusahaan**

Kinerja perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan lima item pertanyaan dan penilaian masing-masing item serta variabel ditunjukkan

pada Tabel Tabel 4.5.

**Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Kinerja Perusahaan**

No	Item Kinerja Perusahaan	Rata-rata	Kriteria
1	Profitabilitas UKM kami dalam kurun waktu 3 tahun terakhir terus mengalami meningkat	4.059	Tinggi
2	Inovasi yang telah kami terapkan pada UKM kami telah mampu meningkatkan produktivitas kerja	4.191	Tinggi
3	Kami merasa bahwa UKM kami mengalami prospek pertumbuhan pangsa pasar yang sangat baik	4.059	Tinggi
4	Produk-produk yang kami tawarkan telah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan	4.206	Sangat Tinggi
5	Secara keseluruhan posisi kinerja operasional UKM kompetitif	4.118	Tinggi
	Rata-rata	4.126	Tinggi

Sumber : Data Primer yang diolah 2018

Hasil penilaian terhadap item pertanyaan, indikator dan variabel sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap Kinerja Perusahaan adalah sebesar 4,126. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada produk-produk yang kami tawarkan telah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan rata-rata sebesar 4,206 (sangat tinggi), sedangkan responden memberikan penilaian paling rendah pada kami merasa bahwa UKM kami mengalami prospek pertumbuhan pangsa pasar yang sangat baik dengan rata – rata sebesar 4,059 (tinggi). Hal ini berarti responden telah memberikan penilaian yang tinggi terhadap variabel Kinerja Operasional karena berada pada interval 3,40 – 4,19, karena UKM krupuk ikan di Kota Batam memiliki kinerja keuangan (*financial performance*), kinerja

operasional (*operational performance*), dan kinerja berbasis pasar (*market-based performance*) yang baik.

## **4.2. Analisis Kuantitatif**

Analisis Kuantitatif yaitu cara menganalisis data dengan menggunakan statistik inferensial yang digunakan untuk membuktikan hipotesis. Analisis Kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* dengan program SMARTPLS 3.2.7.

### **4.2.1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)**

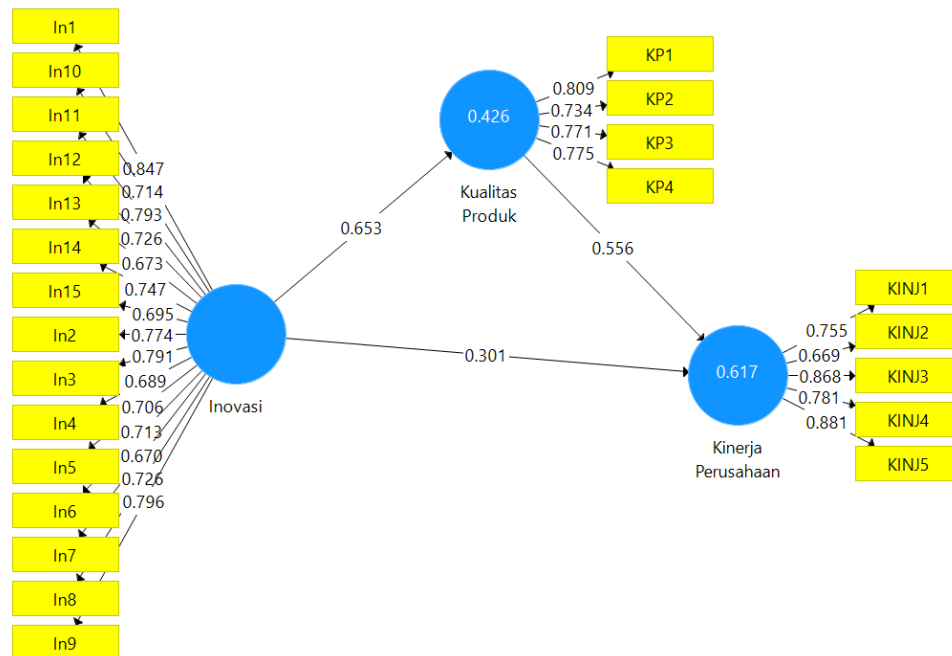
Pengujian model pengukuran akan dilakukan untuk menunjukkan hasil uji validitas dan reliabilitas. Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah konstruk sudah memenuhi syarat untuk dilanjutkan sebagai penelitian atau tidak. Pada uji validitas ini, ada dua macam evaluasi yang akan dilakukan, yaitu:

#### **1. Convergent Validity (Outer Loading)**

Validitas konvergen mengacu pada seberapa dekat skala baru terkait dengan variabel lain dan ukuran lain dari konstruk yang sama. Konstruk hanya harus berkorelasi dengan variabel terkait dan tidak berkorelasi dengan variabel yang lain, yang tidak terkait. Syarat konvergen validity adalah 0,7 untuk model kuesioer yang masih relatif baru. Sedangkan dalam penelitian ini kuesioner adalah adopsi dari penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan uji validitas, sehingga batasan indikator

dinyatakan valid jika memiliki loading faktor diatas 0,5. Hasil analisis

*Covergent Validity* dapat digambarkan seperti pada Gambar 4.1



**Gambar 4.1. Hasil Analisis Validitas Konstruk Model Awal**

Berdasarkan gambar 4.1 menunjukkan bahwa nilai loading seluruhnya diatas 0,5 sehingga seluruh item pertanyaan pada variabel inovasi, kualitas produk dan kinerja perusahaan dinyatakan valid. Hasil selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.9

**Tabel 4.9 Nilai Loading Faktor pada Seluruh Indikator Konstruk Eksogen dan Endogen**

Varaibel	No. Item	Loading Factor	Nilai Kritis	Kriteria validitas
Inovasi	In1	0.847	0.5	Lolos uji
	In2	0.774	0.5	Lolos uji
	In3	0.791	0.5	Lolos uji
	In4	0.689	0.5	Lolos uji
	In5	0.706	0.5	Lolos uji
	In6	0.713	0.5	Lolos uji
	In7	0.670	0.5	Lolos uji
	In8	0.726	0.5	Lolos uji
	In9	0.796	0.5	Lolos uji
	In10	0.714	0.5	Lolos uji
	In11	0.793	0.5	Lolos uji
	In12	0.726	0.5	Lolos uji
	In13	0.673	0.5	Lolos uji
	In14	0.747	0.5	Lolos uji
	In15	0.695	0.5	Lolos uji
Kinerja Perusahaan	Kinj1	0.755	0.5	Lolos uji
	Kinj2	0.669	0.5	Lolos uji
	Kinj3	0.868	0.5	Lolos uji
	Kinj4	0.781	0.5	Lolos uji
	Kinj5	0.881	0.5	Lolos uji
Kualitas Produk	KP1	0.809	0.5	Lolos uji
	KP2	0.734	0.5	Lolos uji
	KP3	0.771	0.5	Lolos uji
	KP4	0.775	0.5	Lolos uji

Sumber : Data primer diolah, 2021

Menurut Chin (1998) “suatu indikator dinyatakan memiliki validitas yang baik jika nilai *loading factor* nya  $\geq 0,70$ , sedangkan nilai 0,5 sampai 0,6 dapat dipertahankan untuk model yang masih dalam tahap pengembangan”. Hasil ini dapat diartikan bahwa inovasi, kualitas produk dan kinerja perusahaan telah memenuhi nilai standar *convergent validity* karena semua faktor bernilai lebih dari 0.5. dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk adalah valid.

## 2. *Discriminant Validity (Cross Loading)*

Pengujian validitas kedua menggunakan *Discriminant Validity* yaitu dari nilai *cross loading* yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai yang lain. Dengan standar nilai untuk setiap konstruk harus lebih besar dari 0.5.

**Tabel 4.10. Hasil Cross Loading**

	<b>Inovasi</b>	<b>Kinerja Perusahaan</b>	<b>Kualitas Produk</b>
<b>In1</b>	<b>0.847</b>	0.561	0.524
<b>In10</b>	<b>0.714</b>	0.416	0.419
<b>In11</b>	<b>0.793</b>	0.561	0.515
<b>In12</b>	<b>0.726</b>	0.503	0.484
<b>In13</b>	<b>0.673</b>	0.388	0.382
<b>In14</b>	<b>0.747</b>	0.450	0.340
<b>In15</b>	<b>0.695</b>	0.565	0.426
<b>In2</b>	<b>0.774</b>	0.452	0.398
<b>In3</b>	<b>0.791</b>	0.551	0.405
<b>In4</b>	<b>0.689</b>	0.366	0.477
<b>In5</b>	<b>0.706</b>	0.480	0.509
<b>In6</b>	<b>0.713</b>	0.454	0.616
<b>In7</b>	<b>0.670</b>	0.620	0.624
<b>In8</b>	<b>0.726</b>	0.419	0.490
<b>In9</b>	<b>0.796</b>	0.442	0.486
<b>KINJ1</b>	0.380	<b>0.755</b>	0.515



	Inovasi	Kinerja Perusahaan	Kualitas Produk
KINJ2	0.494	<b>0.669</b>	0.520
KINJ3	0.658	<b>0.868</b>	0.686
KINJ4	0.519	<b>0.781</b>	0.648
KINJ5	0.541	<b>0.881</b>	0.588
KP1	0.463	0.586	<b>0.809</b>
KP2	0.523	0.620	<b>0.734</b>
KP3	0.525	0.460	<b>0.771</b>
KP4	0.502	0.637	<b>0.775</b>

Sumber : Data primer diolah, 2021

Dalam sebaran loading faktor seperti tampak pada Tabel 4.10 dapat dijelaskan bahwa indikator inovasi memiliki loading terbesar (bold) dan mengumpul pada kolom inovasi. Begitu juga loading faktor pada kinerja perusahaan mengumpul pada kolom kinerja perusahaan serta kualitas produk loading faktornya mengumpul pada kolom kualitas produk. Artinya tidak ada butir yang tertukar pada kolom variabel lain, sehingga dapat dinyatakan valid secara diskriminan.

### 3. Uji Reliabilitas Konstruk (*Composite Reliability*)

Ukuran reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan cronbachDi samping validitas konstruk, dilakukan uji reliabilitas konstruk yang diukur

dengan *Cronbach's Alpha* diatas 0,6, *Composite Reliability* diatas 0,7 dan *Average Variance Extracted (AVE)* diatas 0,5 (Ghozali, 2015).

**Tabel 4.11. Hasil Pengujian Reliabilitas Konstruk**

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Inovasi	0.940	0.947	0.546
Kualitas Produk	0.775	0.855	0.597
Kinerja Perusahaan	0.851	0.895	0.632

Sumber : Data primer diolah, 2021

Hasil uji reliabilitas dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel penelitian ini yaitu inovasi, kinerja perusahaan dan kualitas produk sangat reliabel karena telah memiliki *Cronbach's Alpha* diatas 0,6, *Composite Reliability* diatas 0,7 dan *Average Variance Extracted (AVE)* diatas 0,5

#### 4.2.2. Evaluasi Model Pengukuran (Inner Model)

##### 1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

“Pengujian *inner model* adalah untuk mengevaluasi hubungan konstruk laten atau variabel yang telah dihipotesiskan” (Ghozali, 2011). Pengujian *inner model* pada tahap pertama adalah koefisien determinasi yang disimbulkan dengan R Square. Koefisien determinasi menjelaskan seberapa persen variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hasil koefisien determinasi ditunjukkan pada Tabel 4.12.

**Tabel 4.12. Hasil Uji R-Square**

Variabel Independen	Dependen	R Square
Inovasi	Kualitas Produk	0,426
Inovasi Kualitas Produk	Kinerja Perusahaan	0.617

Sumber : data diolah, 2021

Model memberikan nilai *R-square* sebesar 0,426 pada variabel kualitas produk, berarti bahwa kemampuan model pada variabel inovasi dalam menjelaskan variabel kualitas produk adalah sebesar 42,6% dan sisanya 57,4% dijelaskan oleh variabel lainnya.

Sedangkan nilai *R-square* sebesar 0,617 pada variabel kinerja perusahaan yang berarti bahwa kemampuan model pada variabel inovasi dan kualitas produk dalam menjelaskan variabel kinerja perusahaan sebesar 61,7% dan sisanya 38,3% dijelaskan oleh variabel lainnya.

## 2. $Q^2$ Predictive Relevance

Untuk melihat kekuatan prediksi dalam model penelitian atau keseluruhan variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen melalui variabel mediasi digunakan uji *Q-square*. “Nilai *Q-square*  $> 0$  menunjukkan model memiliki *predictive relevance*, sebaliknya jika nilai *Q-square*  $\leq 0$

menunjukkan model kurang memiliki *predictive relevance*” (Chin, 1998).

Perhitungan *Q-square* dilakukan dengan rumus:

$$Q^2 = 1 - \{(1-R_1^2) \times (1-R_2^2)\}$$

Dimana  $R_1^2$ ,  $R_2^2$  adalah R square variabel endogen.

Nilai  $Q^2$  semakin mendekati angka 1, menunjukkan kemampuan prediksi yang sangat baik dan sebaliknya mendekati angka nol, menunjukkan ketidakmampuan prediksi variabel penjelas.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi diatas maka dapat dihitung nilai Q Square sebagai berikut :

$$Q^2 = 1 - \{(1-0,426) \times (1-0,617)\}$$

$$Q^2 = 1 - 0,220$$

$$Q^2 = 0,780$$

Koefisien  $Q^2$  sebesar 0,780 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh total dari variabel inovasi terhadap kinerja perusahaan melalui kualitas produk adalah sebesar 78%. Sedangkan sisanya sebesar 22% dijelaskan oleh variabel lainnya. Nilai  $Q^2 > 0$  menunjukkan model memiliki *predictive relevance*.

### 3. Uji Struktural (Uji Pengaruh / Uji Hipotesis)

Untuk menguji hipotesis pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen digunakan inner model Path Coefficient. Sedangkan untuk menguji pengaruh tidak langsung digunakan *Specific Indirect Effects*.

### a. Pengaruh Langsung Antar Konstruk

Dari pengujian analisa jalur didapatkan hubungan antar konstruk sebagai berikut :

**Tabel 4.13. Hasil Pengujian Hubungan Antar Konstruk (Uji Hipotesis)**

	Original Sample (O)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	Keterangan
Inovasi -> Kualitas Produk	0.643	6.006	0.000	Signifikan
Inovasi -> Kinerja Perusahaan	0.315	2.509	0.012	Signifikan

Tabel di atas menunjukkan hubungan antar konstruk :

- a. Pengaruh inovasi (X) terhadap kualitas produk (Z) didapatkan nilai koefisien estimasi sebesar 0,643 dan t hitung sebesar 6,006 dan probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan positif antara inovasi terhadap Kualitas produk. Dengan demikian maka hipotesis (H1) yang mengatakan ” Inovasi berpengaruh positif terhadap kualitas produk pada UKM Krupuk ikan di kota Batam.” **terbukti dan diterima.**
- b. Pengaruh inovasi (X) terhadap kinerja perusahaan (Y) didapatkan nilai koefisien estimasi sebesar 0,315 dan t hitung sebesar 2,509 dan probabilitas sebesar  $0,012 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara inovasi terhadap kinerja perusahaan. Dengan demikian maka hipotesis (H2) yang mengatakan ”H2:

Inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan pada UKM Krupuk ikan di kota Batam ” **terbukti dan diterima.**

## 2. Pengaruh Tidak Langsung Antar Konstruk

*Specific Indirect Effects* digunakan menguji peran mediasi kualitas produk dalam hubungan inovasi terhadap kinerja perusahaan. Hasil pengujian ini ditunjukkan pada Tabel 4.14.

**Tabel 4.14. Pengaruh Tidak Langsung**

Pola hubungan Variabel	<i>Indirect Effects</i>			
	Koefisien	T hitung	P Values	Keterangan
Inovasi -> Kualitas Produk -> Kinerja Perusahaan	0.354	3.806	0.000	Signifikan

Sumber : Data primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.14 pengujian *Indirect Effect Test* di atas dapat diketahui bahwa *Indirect Effect Coefficient* pada variabel inovasi (X) terhadap kinerja perusahaan (Y) melalui kualitas produk (Z) adalah sebesar 0,354 dengan hasil uji t sebesar 3,806 dan p-value sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 (pada taraf signifikan 5%), maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan antara inovasi terhadap kinerja perusahaan melalui kualitas produk. Demikian kualitas produk merupakan variabel yang memediasi hubungan antara inovasi dengan kinerja perusahaan. Hasil ini sekaligus mendukung hipotesis ketiga (H3) yaitu ” Kualitas produk memediasi terhadap hubungan positif antara Inovasi terhadap kinerja perusahaan pada UKM Krupuk ikan di kota Batam ”

### **4.3. Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil analisis SMARTPLS di atas menunjukkan bahwa variabel inovasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas produk dan kinerja perusahaan pada UKM krupuk ikan di Kota Batam. Hasil juga menemukan bahwa inovasi berpengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja perusahaan melalui kualitas produk. Hasil penelitian ini telah sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kafetzopoulos, D., & Psomas, E. (2015) “yang menyimpulkan bahwa kemampuan inovasi berpengaruh signifikan terhadap kualitas produk dan kinerja operasi. sementara kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan dan kinerja operasi berpengaruh signifikan terhadap kualitas produk maupun kinerja keuangan”.

#### **1. Pengaruh Inovasi terhadap Kualitas Produk di UKM krupuk ikan di Kota Batam**

Hasil temua yang pertama ini adalah terdapat pengaruh secara positif dan signifikan variabel Inovasi terhadap Kualitas Produk. Arah pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin baik inovasi yang dilakukan UKM kerupuk ikan di kota Batam maka akan meningkatkan kualitas produk. Hasil penelitian mendukung penelitian Dimitrios dan Psomas (2015) kemampuan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas produk. Hasil penelitian juga mendukung penelitian (Shi et al., 2018) yang menemukan bahwa teknologi inovasi (inovasi produk dan inovasi

proses) berpengaruh signifikan terhadap kualitas produk (kualitas normal dan kualitas atraktif).

Menurut (Shi et al., 2018) langkah-langkah inovasi khusus yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas bervariasi antar perusahaan. Di bidang teknologi, khususnya pasar barang tahan lama, kualitas ditingkatkan melalui inovasi produk, karena perusahaan terus-menerus memperkenalkan produk baru yang berkualitas dan lebih baik serta menghapus produk lama yang berkualitas buruk seperti yang diharapkan pelanggan. Pengembangan produk baru, kegiatan utama inovasi produk, biasanya didorong oleh kebutuhan pelanggan. Persyaratan yang semakin menuntut untuk produk berstandar tinggi mendorong inovasi produk untuk mengejar keandalan yang lebih tinggi pada kekurangan yang lebih rendah.

Begitu juga dengan inovasi proses biasanya memerlukan pengenalan peralatan teknologi baru, prosedur produksi lanjutan atau perangkat lunak dan database yang ditingkatkan. Perubahan ini akan membantu meningkatkan efisiensi seluruh proses produksi melalui pengurangan limbah yang disebabkan oleh barang cacat (Shi et al., 2018). Mereka menunjukkan secara empiris bahwa 'meningkatkan kualitas produk' adalah tujuan yang sangat penting untuk inovasi proses. Di pasar di mana harapan pelanggan stabil, proses inovasi mengurangi variasi yang tidak diinginkan sambil menyediakan produk yang sama yang diinginkan oleh konsumen secara konsisten.

Terbukti inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas produk. Dengan demikian, untuk menciptakan produk yang berkualitas terutama produk-



produk pada UKM kerupuk ikan di kota Batam maka sangat dibutuhkan inovasi yang kompeten. Perbaikan inovasi baik pada inovasi produk, inovasi proses, maupun inovasi pasar dan inovasi organisasi akan memberikan dampak yang besar terhadap produk yang berkualitas sesuai dengan harapan pelanggan.

## **2. Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan di UKM krupuk ikan di Kota Batam**

Hasil temuan kedua yaitu adanya pengaruh positif dan signifikan inovasi terhadap Kinerja perusahaan. Hasil ini dapat dimaknakan bahwa kinerja perusahaan akan semakin meningkat jika perusahaan melakukan perbaikan pada kemampuan inovasinya. Hasil penelitian mendukung temuan dari Psomas *et.al* (2013) ”menemukan bahwa kemampuan inovasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja operasional”. Hasil penelitian juga mendukung penelitian Rajapathirana Jayani & Yan Hui (2018) yang menemukan bahwa kemampuan inovasi yang efektif yang membantu memberikan lebih banyak hasil inovasi yang efektif untuk menghasilkan kinerja yang lebih baik dan itu akan menjadi manfaat bagi manajemen.

Terbukti bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional, hal ini menunjukkan kapabilitas inovasi dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi dan efektivitas suatu perusahaan. Inovasi berarti ide, produk, teknologi informasi, institusi, perilaku, nilai, dan praktik baru yang belum diketahui, diterima, dan digunakan atau digunakan oleh masyarakat umum pelaku usaha atau pesaing, yang dapat dimanfaatkan atau mendorong perubahan. dalam segala aspek,

baik fisik (produksi) maupun non fisik (SDM) guna mewujudkan peningkatan kualitas dan kinerja operasional perusahaan.

Martinez, et al (2011) menyatakan bahwa kemampuan berinovasi adalah menghasilkan ide dan ilmu baru untuk memanfaatkan pasar. Sedangkan kapabilitas inovasi produk menurut Wonglimpiyarat (2010) dibawa ke suatu pengetahuan yang kokoh atau teknologi baru untuk mengembangkan produk baru. Menurut Psomas *et.al* (2013) inovasi meliputi 4 dimensi yaitu inovasi produk, inovasi proses, inovasi pasar dan inovasi organisasi. UKM kerupuk ikan di Kota Batam dapat melakukan inovasi yaitu mengembangkan produk baru dengan teknologi, memperbaiki desain dan modifikasi produk agar dapat menyesuaikan dengan selera pasar atau konsumen. Inovasi proses yang dilakukan oleh UKM mengelola proses produksi, persediaan, distribusi dan logistik secara efisien dan terintegrasi. Upaya UKM untuk meningkatkan kemampuan inovasi pasar dengan menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan segregasi pasar untuk menentukan karakteristik produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Membangun inovasi organisasi harus dilakukan untuk meningkatkan kinerja organisasi, yaitu melakukan survey STRATEGIS atau penelitian tentang peluang dan ancaman, sehingga UKM dapat mengambil keputusan yang tepat ketika mengambil peluang baru.

### **3. Pengaruh Mediasi Kualitas Produk terhadap Hubungan Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan pada UKM krupuk ikan di Kota Batam**

Hasil penelitian membuktikan bahwa bahwa kualitas produk terbukti sebagai variabel yang memediasi hubungan antara inovasi dan kinerja perusahaan. Artinya

peningkatan inovasi produk akan mampu meningkatkan kualitas produknya sehingga kinerja perusahaan akan semakin meningkat. Hasil penelitian mendukung penelitian (Shi et al., 2018) yang menemukan bahwa kualitas produk yang terdiri dari kualitas normal dan kualitas atraktif memediasi inovasi (inovasi produk dan inovasi proses) dalam pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan.

Inovasi dapat ditingkatkan melalui inovasi produk, inovasi proses, inovasi pasar dan inovasi organisasi. Molina-Castillo dan Munuera-Aleman (2009) secara empiris menunjukkan bahwa inovasi produk dapat memperkuat pengaruh positif dari kualitas produk subjektif terhadap kinerja produk baru dalam jangka pendek. Kim, Kumar, and Kumar (2012) berpendapat bahwa salah satu pendorong inovasi produk adalah perubahan kebutuhan pelanggan, yang berarti inovasi produk yang berhasil cenderung menciptakan dan membentuk perubahan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang ada. Ketika produk baru diperkenalkan sebuah inovasi maka akan memiliki atribut baru, pelanggan akan terkejut dan hal ini menumbuhkan persepsi akan kualitas produk yang baik di benak pelanggan sehingga dapat merangsang lebih banyak konsumsi masa depan pelanggan (McNally, Akdeniz, & Calantone, 2011).

Peluncuran produk baru sering dikombinasikan dengan pengenalan proses produksi baru, dan memastikan bahwa produk mampu memberikan kejutan bagi konsumen, sehingga menjadi perhatian bahwa produk tersebut telah mencerminkan suatu produk yang telah memiliki kualitas tertentu. Oleh karena itu, konsumen dapat sangat terkesan dengan keseluruhan kualitas produk ini baik keandalan maupun

karakteristik lainnya yang luar biasa, yang dapat dikembangkan oleh aktivitas inovasi ini, sehingga produk-produk yang ditawarkan menjadi lolos kualifikasi. Kondisi ini tentunya akan berpengaruh positif terhadap kinerja pasar (Phillips, Chang, & Buzzell, 1983). Calantone dan Knight (2000) melihat bahwa kualitas produk normal bebas cacat meningkatkan reputasi produk di mata pembeli, memperluas pangsa pasar. Produk dengan kualitas yang luar biasa dapat melebihi harapan pelanggan dan memiliki hal positif yang sangat besar berpengaruh pada kepuasan pelanggan, niat membeli kembali dan berita positif dari mulut ke mulut (Shi et al., 2018).

Berkaitan dengan produk kerupuk ikan yang terus mengalami perkembangan dalam inovasi produk ini, mengingat persaingan produk krupuk ikan yang sangat ketat, tidak hanya di daerah kota Batam saja, tetapi kota-kota lain yang memproduksi produk dengan inovasi yang terus tumbuh seperti produk kerupuk ikan dari kota Palembang, tentunya inovasi merupakan pilihan yang paling tepat dalam bertahan dan meningkatkan kinerja perusahaannya. Inovasi dalam produk kerupuk ikan akan menimbulkan daya tarik konsumen, sehingga konsumen tidak bosan dengan jenis produk yang sudah klasik, tanpa pembaharuan, sehingga pasar kerupuk ikan bagi UKM di kota Batam akan semakin berkembang, sehingga kinerjanya semakin meningkat.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan diantaranya:

1. Inovasi produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kualitas pada UKM krupuk ikan di Kota Batam. Inovasi produk yang semakin semakin baik dilakukan UKM kerupuk ikan di kota Batam maka kualitas produknya akan semakin meningkat..
2. Inovasi produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja perusahaan pada UKM krupuk ikan di Kota Batam. Inovasi produk yang semakin semakin baik dilakukan UKM kerupuk ikan di kota Batam maka kinerja perusahaan akan semakin meningkat.
3. Kualitas produk terbukti sebagai variabel yang memediasi secara positif dan signifikan terhadap pengaruh inovasi terhadap kinerja perusahaan pada UKM krupuk ikan di Kota Batam, terbukti  $p \text{ value} < 5\%$ . Hal ini berarti berarti semakin baik inovasi yang dilakukan maka kualitas produknya semakin meningkat sehingga kinerja perusahaan akan semakin meningkat.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan maka dapat diusulkan berapa saran untuk UKM krupuk ikan di Kota Batam yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kemampuan inovasi terutama pada inovasi proses yang selama ini masih dinilai paling rendah oleh responden terutama pada item pengurangan biaya yang lebih efisien. Tentu saja penghematan biaya produksi tidak dapat dilakukan dengan mudah karena harus memastikan kualitas produk tetap terjadi dalam keadaan bagus, sehingga konsumen tidak berpindah ke kompetitor lain. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan perencanaan kebutuhan bahan baku agar seimbang dengan rata-rata penjualan bulanannya. Selain itu dalam penggunaan bahan baku hendaknya juga sesuai dengan kebutuhan, tidak boros, dan tidak berlebihan meskipun jumlah persediaan bahan baku banyak. Langkah yang lain adalah dengan menekan biaya overhead, melakukan perawatan rutin peralatan produksi dan memberikan upah tenaga kerja yang wajar.
2. Meningkatkan kualitas produk terutama pada item penyesuaian produk kepada spesifikasi perusahaan, misalnya dengan pengendalian mutu, seperti pengawasan mutu bahan-bahan di gudang meliputi penerimaan, penyimpanan, dan pengeluaran, pengendalian kegiatan pada berbagai tahap proses sesuai dengan prosedur operasional standard, dan pengawasan dan pengiriman produk ke konsumen atau langganan. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pengendalian kualitas produk ini harus memperhatikan kerenyahan, rasa,

aroma dan kenampakan (warna dan kemampuan mengembang saat digoreng). Oleh karena itu diperlukan sistem pengendalian yaitu proses-proses pada pengolahan produk yang perlu dijaga dan diperhatikan agar atribut tersebut dapat diterima dengan baik oleh konsumen.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogyanto, H. (2016). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : Andi.
- Abrunhosa, A. and Moura E Sá, P. (2008), "Are TQM principles supporting innovation in the Portuguese footwear industry?", *Technovation*, Vol.28 No 4, pp. 208-221.
- Ahmed, Pervaiz K, & Shepherd, Charles D. (2010). "*Innovation Management*". New. ersey: Pearson Education, Inc
- Alsamydai, Mahmud, J., Alnawas, Ibrahim, A. M., & Yousif, R. A. (2010). The Impact of Marketing Innovation on Creating a Sustainable Competitive Advantage: The Case of Private Commercial Banks in Jordan. *Asian Journal of Marketing*, 4(3), 113–130. <https://doi.org/10.3923/ajm.2010.113.130>
- Arikunto, S. (2013). "*Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*". Jakarta: Rineka Cipta.
- Becheikh, N., Landry, R. and Amara, N. (2006), "Lessons from innovation empirical studies in the manufacturing sector: a systematic review of the literature from 1993-2003", *Technovation*, Vol. 26 Nos 5/6, pp. 644-664.
- Brazeal, D. V., Herbert, T. T. (1999), "The genesis of entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol 23, No 3, pp 29–45. *Google Scholar, SAGE Journals*
- Calantone, R., & Knight, G. (2000). The Critical Role of Product Quality in the International Performance of Industrial Firms. *Industrial Marketing Management*, 29(6), 493–506.
- Capon, N., Farley, J.U. and Hoenig, S. (1990), "Determinants of financial performance: a metaanalysis", *Management Science*, Vol. 36, pp. 1143-1159.
- Chandler, G.N. and Hanks, S.H. (1994), "Market attractiveness, resource-based capabilities, venture strategies, and venture performance", *Journal of Business Venturing*, Vol. 9 No. 4, pp. 331-349



- Carton, Robert B. (2004). *Measuring Organizational Performance : AnExplanatory Study*. A Dissertation Submitted to the Graduate Faculty ofThe University of Georgia in Partial
- Cheng, C., Lai, M. and Wu, W. (2010), “Exploring the impact of innovation strategy on R&D employees’ job satisfaction: a mathematical model and empirical research”, *Technovation*, Vol. 30 No. 9, pp. 459-470
- Damanpour, F., & Evan, W. M. (1984). “Organizational innovation and performance: The problem of organizational lag”. *Administrative Science Quarterly*, 29(3), 392–409
- Damanpour, F. (1991), “Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators, *Academy of Management Journal*, Vol. 34, pp.555-590.
- Damanpour, F and S Gopalakrishnan (2001). “The dynamics of the adoption of product and process innovations in organizations.” *Journal of Management Studies*, 38(1), 45–65
- Deloitte. (2017). “*Insurance industry outlook center for financial services*”; Deloitte
- Dimitrios Kafetzopoulos Evangelos Psomas , (2015), "The impact of innovation capability on the performance of manufacturing companies: the Greek case", *Journal of Manufacturing Technology Management* , Vol. 26 Iss 1 pp:1-20 <http://dx.doi.org/10.1108/JMTM-12-2012-0117>
- Everett M. Rogers. 2003 “*Diffusion of Innovations*”. London: The Free Press.
- Ferreira, J. J., GarridoAzevedo, S., & Fernández Ortiz, R., (2011), “Contribution of resource based view and entrepreneurial orientation on small firm growth”, *Cuadernos de Gestión*, 11(1), 95-116.
- Ferdinand, Augusty. (2013). “Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi. “Semarang: Badan Penerbit Unviersitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Ghozali, I. (2012). “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS* (6 ed.)”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi. Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (2nd ed.). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K. and Alpkan, L. (2011), “Effects of innovation types on firm performance”, *Int. J. Production Economics*, Vol. 133 No. 9, pp. 662-676.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*. Pearson New International. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-01517-0\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-319-01517-0_3)
- Hamdouch, A., & Samuelides, E. (2001). Innovation’s dynamics in mobile phone services in France. *European Journal of Innovation Management*, 4(3), 153–163. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000005670>
- Hashi, I. and Stojcic, N. (2010), “The Impact of Innovation Activities on Firm Performance Using a Multi – Stage Model: Evidence From the Community Innovation Survey 4”, *Center for Social and Economic Research, Warsaw*.
- Hassan Masood Ul, Sadia Shaukat, Muhammad Saqib Nawaz, Saman Naz, 2013, “Effects of Innovation Types on Firm Performance: an Empirical Study on Pakistan’s Manufacturing Sector”, *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, Vol. 7 (2), 243-262
- Hurley, Robert F. and G. Thomas M. Hult, 1998. “Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning an Integration and Empirical Examination”, *Journal of Marketing*, Vol. 62, (July 1998), pp. 42-54
- Jahanshahi, A. A., Rezaie, M., Nawaser, K., Ranjbar, V., & Pitamber, B. K. (2012). Analyzing the Effect of Electronic Commerce on Organizational Performance : Evidence from Small and Medium Enterprises. *African Journal of Business Management*, 6(15), 6486-6496

- Jin, Z., Hewitt-Dundas, N. and Thompson, N.J. (2004), "Innovativeness and performance: evidence from manufacturing sectors", *Journal of Strategic Marketing*, Vol. 12 No. 4, pp. 255-266
- Johne, A., & Storey, C. (1998). "New Service Development: A review of the literature and annotated bibliography". *European Journal of Marketing*, 32
- Kafetzopoulos, D., & Psomas, E. (2015). "The impact of innovation capability on the performance of manufacturing companies". *Journal of Manufacturing Technology Management*, 26(1), 104–130. doi:10.1108/jmtm-12-2012-0117
- Kaplan, Robert S. dan David P. Norton, 1992. The Balanced scorecard-Measures That Drive Performance, *Harvard Business Review*: 71-79.
- Ketokivi, M.A. and Schroeder, R.G. (2004), "Manufacturing practices, strategic fit and performance a routine-based view", *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 24 No 2, pp. 171-91
- Kim, D.Y., Kumar, V. and Kumar, U. (2010), "Relationship between Quality Management Practices and Innovation, *Journal of Operations Management*, doi:10.1016/j.jom.2012.02.003
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. "Prinsip-prinsip Pemasaran". Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip. (2009). "Manajemen Pemasaran", Edisi 13. Jakarta; Erlangga.
- Larsen, P., & Lewis, A. (2007). "How award-winning SMEs manage the barriers to innovation". *Creativity and Innovation Management*, 16(2), 142 – 151
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T.S. & Subba Rao, S. (2006). "The Impact of Supply chain Management Practise on Competitive Advantage and Organizational Performance," *Omega*, 34(1). 107 – 124
- Martinez-Costa, M. and Martinez-Lorente, A. R. (2008), "Does quality management foster or hinder innovation? An empirical study of Spanish companies", *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol. 19 No 3, pp. 209-221.

- Martínez-Román, J. A., Gamero, J., & Tamayo, J. A. (2011). Analysis of innovation in SMEs using an innovative capability-based non-linear model: A study in the province of Seville (Spain). *Technovation*, 31(9), 459–475. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2011.05.005>
- McDermott Christopher M., Daniel I. Prajogo, 2012, "Service innovation and performance in SMEs", *International Journal of Operations & Production Management Vol. 32 No. 2, 2012 pp. 216-237*
- McNally, R. C., Akdeniz, M. B., & Calantone, R. J. (2011). New Product Development Processes and New Product Profitability: Exploring the Mediating Role of Speed to Market and Product Quality. *Journal of Product Innovation Management*, 28(s1), 63–77. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2011.00861.x>
- Molina-Castillo, F.-J., & Munuera-Aleman, J.-L. (2009). The joint impact of quality and innovativeness on short-term new product performance. *Industrial Marketing Management*, 38(8), 984–993. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2008.06.001>
- Nambisan, S. (2003). "Information systems as a reference discipline for new product development". *MIS Quarterly*, 1–18.
- Naser, K., Karbhari, Y. and Mokhtar, M.Z. (2004), "Impact of ISO 9000 registration on company performance: evidence from Malaysia", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 19 No 4, pp. 509-516.
- OECD (2005), Oslo Manual: Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data. Paris.
- Onikoyi, Adegboyega I., (2017), Impact of Product Innovation on Organisational Performance (A Survey of Nestle Nigeria Plc), *Journal of Marketing and Consumer Research*, Vol.37: 23-31
- Permana I., (2017) Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Usaha Kecil Menengah Makanan Siap Saji D'besto, *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* Vol. 19 No. 2, hal: 97-104

- Phillips, L. W., Chang, D. R., & Buzzell, R. D. (1983). Product Quality, Cost Position and Business Performance: A Test of Some Key Hypotheses. *Journal of Marketing*, 47(2), 26–43. <https://doi.org/10.1177/002224298304700204>
- Psomas, E. L., Pantouvakis, A., & Kafetzopoulos, D. P. (2013). The impact of ISO 9001 effectiveness on the performance of service companies. *Managing Service Quality: An International Journal*, 23(2), 149–164. <https://doi.org/10.1108/09604521311303426>
- Prajogo, D. I. and Sohal, A. S. (2004), “The multidimensionality of TQM practices in determining quality and innovation performance—an empirical examination, *Technovation*, Vol. 24 No 6, pp. 443-453.
- Prajogo, D.I. (2006), “The relationship between innovation and business performance – a comparative study between manufacturing and service firms in Australia”, *Knowledge and Process Management Journal*, Vol. 13 No. 3, pp. 218-25
- Martínez-Román, J. A., Gamero, J., & Tamayo, J. A. (2011). Analysis of innovation in SMEs using an innovative capability-based non-linear model: A study in the province of Seville (Spain). *Technovation*, 31(9), 459–475. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2011.05.005>
- Rita, 2010, ”Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Manufaktur”, *Binus Business Review* Vol.1 No.2 hal : 474-487
- Roro A.M., Arif H., Umar F., (2021), The Role of Product Innovation in Mediating the Entrepreneurial Competence and Motivation on the Performance of Packaged Food MSMEs, *HBJHS Hasanuddin of Business Strategy Volume 3*, hal: 40-51
- Savitz, L. A., Kaluzny, A. D., & Kelly, D. L. (2000). A Life Cycle Model of Continuous Clinical Process Innovation. *Journal of Healthcare Management*, 45(5), 307–316. doi:10.1097/00115514-200009000-00007
- Salavou Helen and George Avlonitis, 2008, “Product innovativeness and performance: a focus on SMEs”, *Management Decision* Vol. 46 No. 7, pp. 969-985

- Santoso, S. (2014). *Konsep dasar dan aplikasi SEM*. Jakarta: Elex media komputindo
- Sekaran Uma, 2006, “*Metodologi Penelitian untuk Bisnis*”, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Shi, L., Wang, X., Sun, H., & He, Z. (2018). The impact of technological innovation on product quality: the moderating role of firm size. *Total Quality Management & Business Excellence*, 29(7–8), 746–761. <https://doi.org/10.1080/14783363.2016.1233810>
- Subramanian, A. and Nilakanta, S. (1996), “Organisational innovativeness: exploring the relationship between organisational determinants of innovation, types of innovations, and measures of organisational performance”, *Omega*, Vol. 24 No. 6, pp. 631-647.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Rajapathirana R.P.J., Hui Y., (2018), “Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance”, *Journal of Innovation & Knowledge* 3 (2018) 44–55
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Reserach Methods for Bussiness A Skill-Bulding Approach*. *Printer Trento Srl*.
- Shi L, Xiangyu W, Hongyi S & Zhen H., (2016) The impact of technological innovation on product quality: the moderating role of firm size, *Total Quality Management & Business Excellence*
- Sri Hartini, 2012, “Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis”, *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.14, No. 1, hal: 82–88
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuntitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suryana. 2003. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat

- Tehseen S, Sajilan S., (2016), Impact of Innovative Practices on Business Growth Under The Moderating Impacts of Culture - A Conceptual Model, *Rev. Integr. Bus. Econ. Res. Vol 5(2)*
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran. Edisi ke dua*. Yogyakarta : Andi.
- Ursula, G. & Wilderom, C. P. M. (1997). *Organizational Effectiveness Corporate Performance? Why and How Two Research Traditions Need To Be Merged*. Netherlands: Tilburg University
- Van der Aa, W., & Elfring, T. (2002). Realizing innovation in services. *Scandinavian Journal of Management*, 18(2), 155–171. [https://doi.org/10.1016/S0956-5221\(00\)00040-3](https://doi.org/10.1016/S0956-5221(00)00040-3)
- Veugelaers, R. (2008). “The role of SMEs in innovation in the EU: A case for policy intervention?” *Review of Business and Economics*, 53(3), 239–262.
- Wonglimpiyarat, J. (2010), “Innovation index and the innovative capacity of nations”, *Futures*, Vol. 42 No 3, pp. 247-253



## LAMPIRAN 1 KUESIONER

Batam , 23 Maret 2021

### **Hal: Pengisian Kuisisioner**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu

Pemilik / manajer **UKM Krupuk Ikan**

**Di Kota Batam**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, kami bermaksud mengadakan penelitian dalam menyusun Skripsi mengenai **Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada UKM Krupuk Ikan di Kota Batam)**

Berkenaan maksud diatas, maka kami selaku penyusun sangat mengharapkan bantuan partisipasi dari Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk bersedia meluangkan waktu untuk menjawab pernyataan-pernyataan dalam lembar kuisisioner yang terlampir pada halaman berikut ini. Pernyataan-pernyataan tersebut di maksudkan hanya untuk keperluan memperoleh data yang sangat saya perlukan dalam penyusunan skripsi yang sedang kami buat dan data yang saya peroleh tersebut tidak akan di pergunakan untuk keperluan lain serta kerahasiaannya terjamin.

Akhir kata, atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu Saudara/Saudari sekalian, kami ucapkan banyak terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Hormat kami,  
Peneliti

Affan Nur Iman  
No Mhs: 16311246



## I. IDENTITAS UKM

Mohon memberi **Tanda Checklist** ( ✓ ) sesuai dengan jawaban yang anda pilih.

1. Nama UKM : .....boleh tidak diisi).
2. Usia UKM : .....tahun
3. Alamat : .....

## II. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden : .....boleh tidak diisi)
2. Sudah berapa lama mengelola UKM : ..... tahun
3. Usia Responden : ..... tahun
4. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan
5. Pendidikan Terakhir :  SD  S1  
 SMP  S2  
 SMA  S3  
 Akademi (D1/D2/D3)  Lainnya

## **Petunjuk Umum**

Sebelum Bpk/Ibu, Saudara/i mengisi kuesioner, bacalah petunjuk umum terlebih dahulu yaitu dibawah ini

1. Bacalah terlebih dahulu sebelum Bpk/Ibu, Saudara/I mengisi kuesioner
2. Pastikan Bpk/Ibu, Saudara/i telah mengisi identitas responden dengan benar (data Bpk/Ibu, Saudara/i akan kami rahasiakan)
3. Isilah kuisisioner dengan mengikuti petunjuk untuk setiap bagian kuesioner.
4. Beri jawaban atas pernyataan-pernyataan dibawah ini dengan cara memberi tanda ceklis (✓) pada alternatif jawaban yang sesuai dengan penelitian Bapak/Ibu/Saudara/i untuk setiap pernyataan.
  1. Sangat Tidak Setuju (STS)
  2. Tidak Setuju (TS)
  3. Netral (N)
  4. Setuju (S)
  5. Sangat Setuju (SS)
5. Berikan catatan yang berupa informasi yang menurut Bpk/Ibu, Saudara/i penting terhadap kuesioner.

## A. INOVASI (X)

NO	PERTANYAAN INOVASI	STS	TS	N	S	SS
<b>Inovasi Pasar</b>						
1	UKM Kami selalu memanfaatkan media dan teknik pemasaran baru					
2	UKM Kami terus mengembangkan saluran dan penempatan penjualan baru					
3	UKM Kami terus mengembangkan saluran pengiriman yang baru					
<b>Inovasi Produk</b>						
4	UKM kami secara konsisten melakukan inovasi dengan mengembangkan produk asli					
5	UKM kami berinovasi untuk meningkatkan nilai produk					
6	Inovasi yang dilakukan UKM kami dilakukan dengan menambah bahan-bahan produk baru					
7	UKM kami secara konsisten melakukan inovasi dengan menambah spesifikasi variasi produk					
<b>Inovasi Organisasi</b>						
8	UKM kami menerapkan praktik bisnis organisasi yang baru					
9	UKM kami melakukan berbagai cara dalam meningkatkan manajemen pengetahuan					
10	UKM kami terus memperbaiki sistem tanggung jawab dan pengambilan keputusan organisasi					
11	UKM kami konsisten dalam memperbaiki hubungan dengan pihak eksternal					
<b>Inovasi Proses</b>						
12	UKM kami telah meningkatkan kecepatan operasi					
13	UKM kami sedang membangun plat form bisnis yang baru					
14	UKM kami sedang membangun proses online yang interaktif					
15	UKM kami telah mengurangi biaya yang lebih efisien					

## B. KUALITAS PRODUK

NO	PERTANYAAN KUALITAS PRODUK	STS	TS	N	S	SS
1	Produk krupuk ikan yang dihasilkan UKM kami kualitasnya dapat dibandingkan dengan pesaingnya.					
2	Produk krupuk ikan yang dihasilkan UKM kami memiliki keandalan produk					
3	Produk krupuk ikan yang dihasilkan UKM kami memiliki ketahanan Produk.					
4	Adanya penyesuaian produk kepada spesifikasi perusahaan					

## C. KINERJA PERUSAHAAN

NO	PERTANYAAN KINERJA PERUSAHAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Profitabilitas UKM kami dalam kurun waktu 3 tahun terakhir terus mengalami meningkat					
2	Inovasi yang telah kami terapkan pada UKM kami telah mampu meningkatkan produktivitas kerja					
3	Kami merasa bahwa UKM kami mengalami prospek pertumbuhan pangsa pasar yang sangat baik					
4	Produk-produk yang kami tawarkan telah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan					
5	Secara keseluruhan posisi kinerja operasional UKM kompetitif					

## LAMPIRAN 2 REKAPITULASI DATA PENELITIAN

No	Usia UKM	SUDAH BERAPA LAMA MENGELOLA UMKM	USIA	JENIS KELAMIN	PENDIDIKAN TERAKHIR
1	2	2	33	PRIA	S1
2	3	3	28	PRIA	SMA/SMK
3	2	2	22	WANITA	S1
4	4	4	25	WANITA	SMA/SMK
5	2	2	23	PRIA	SMA/SMK
6	5	5	25	PRIA	SMA/SMK
7	4	4	36	PRIA	S1
8	4	4	32	PRIA	S1
9	8	12	33	WANITA	SMA/SMK
10	4	4	42	WANITA	SMA/SMK
11	3	3	34	WANITA	SMA/SMK
12	5	5	40	WANITA	SMA/SMK
13	10	11	46	WANITA	AKADEMI D1/D2/D3
14	8	8	35	WANITA	SMA/SMK
15	7	6	48	WANITA	AKADEMI D1/D2/D3
16	6	6	32	WANITA	SMA/SMK
17	4	7	38	WANITA	SMA/SMK
18	5	5	35	PRIA	S1
19	2	2	45	WANITA	SMA/SMK
20	4	5	41	WANITA	SMA/SMK
21	4	4	37	PRIA	SMA/SMK
22	5	5	37	WANITA	SMA/SMK
23	3	3	32	WANITA	AKADEMI D1/D2/D3
24	3	7	43	WANITA	SMA/SMK
25	3	5	38	WANITA	SMA/SMK
26	5	5	47	WANITA	SMA/SMK
27	7	6	40	WANITA	SMA/SMK
28	4	4	46	WANITA	SMA/SMK
29	1	1	44	WANITA	SMA/SMK
30	3	3	42	WANITA	SMA/SMK
31	2	2	35	WANITA	AKADEMI D1/D2/D3
32	2	2	38	PRIA	S1
33	4	5	38	PRIA	AKADEMI

No	Usia UKM	SUDAH BERAPA LAMA MENGELOLA UMKM	USIA	JENIS KELAMIN	PENDIDIKAN TERAKHIR
					D1/D2/D3
34	9	9	45	WANITA	SMA/SMK
35	2	5	46	WANITA	AKADEMI D1/D2/D3
36	8	8	45	PRIA	SMA/SMK
37	9	9	47	WANITA	SMA/SMK
38	4	4	48	WANITA	SMA/SMK
39	4	4	43	PRIA	S1
40	4	3	33	PRIA	SMA/SMK
41	3	2	35	WANITA	S1
42	4	4	27	WANITA	SMA/SMK
43	2	2	31	PRIA	SMA/SMK
44	6	6	29	PRIA	SMA/SMK
45	5	5	36	PRIA	S1
46	3	3	33	PRIA	S1
47	10	9	41	WANITA	SMA/SMK
48	4	4	44	WANITA	SMA/SMK
49	3	4	33	WANITA	SMA/SMK
50	5	6	38	WANITA	SMA/SMK
51	13	12	47	WANITA	AKADEMI D1/D2/D3
52	8	7	33	WANITA	SMA/SMK
53	7	9	49	WANITA	AKADEMI D1/D2/D3
54	6	5	30	WANITA	SMA/SMK
55	4	6	36	WANITA	SMA/SMK
56	7	7	34	PRIA	S1
57	4	4	44	WANITA	SMA/SMK
58	7	6	43	WANITA	SMA/SMK
59	3	3	35	PRIA	SMA/SMK
60	7	7	34	WANITA	SMA/SMK
61	4	4	35	WANITA	AKADEMI D1/D2/D3
62	5	5	46	WANITA	SMA/SMK
63	4	4	41	WANITA	SMA/SMK
64	4	4	46	WANITA	SMA/SMK
65	7	7	39	WANITA	SMA/SMK
66	3	3	50	WANITA	SMA/SMK
67	2	2	46	WANITA	SMA/SMK
68	5	5	43	WANITA	SMA/SMK

	INOVASI														
No	In1	In2	In3	In4	In5	In6	In7	In8	In9	In10	In11	In12	In13	In14	In15
1	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4
2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
5	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3
6	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4
9	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	5	3
10	5	5	5	4	5	3	4	3	5	3	4	4	4	5	5
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	3	4	3
15	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
16	4	5	5	4	4	3	3	4	4	5	4	3	5	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3
19	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4
20	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4
23	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
24	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5
25	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
26	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5
27	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
28	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
29	5	5	5	4	4	5	4	4	5	3	3	3	4	4	5
30	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
32	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
33	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
35	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
37	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4
38	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
39	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	3
40	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
41	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4
42	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
43	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3
44	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4

47	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	5	3
48	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5
52	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	3	4	3
53	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	2	4	3	3	3
54	4	5	5	4	4	3	3	4	4	5	4	3	5	4	4
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
56	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3
57	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4
58	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3
59	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
60	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4
61	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3
62	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3
63	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4
64	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4
65	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
66	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4





No	KUALITAS PRODUK				KINERJA				
	KP1	KP2	KP3	KP4	KINJ1	KINJ2	KINJ3	KINJ4	KINJ5
1	5	5	5	4	5	4	5	5	5
2	4	4	4	4	2	4	3	4	3
3	5	5	5	5	4	5	5	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
5	4	4	3	3	4	4	3	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	4	4	4	4	3	4	4	4	3
9	4	3	5	5	4	3	3	5	4
10	4	5	3	4	4	3	5	5	5
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	5	4	4	4	5	4	4	4
13	5	5	4	4	4	4	4	5	3
14	5	5	4	4	4	5	4	4	5
15	3	3	3	5	4	4	4	4	5
16	4	4	4	3	4	4	3	4	4
17	5	5	3	4	5	5	4	4	4
18	4	5	4	3	4	4	4	4	4
19	5	4	4	4	4	4	4	4	4
20	3	3	3	3	4	3	3	4	3
21	5	5	4	4	5	4	4	4	4
22	4	5	4	4	3	4	3	5	4
23	5	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	5	5	5	5	4	5	5	5
25	4	4	3	4	5	5	4	4	4
26	5	4	4	4	5	5	5	5	5
27	3	4	4	3	2	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	5	5	5	5	4	5	5
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5
31	4	4	5	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	5	5	5	5	5
33	4	4	4	4	5	5	5	5	5
34	5	4	4	4	4	5	4	4	4
35	5	4	4	4	3	5	4	4	4
36	5	4	4	4	4	5	5	5	4
37	4	4	4	4	5	4	4	4	4
38	4	4	5	4	4	4	4	4	4
39	5	5	5	4	5	4	5	5	5
40	4	3	4	3	2	3	3	3	3
41	5	5	5	4	4	5	5	4	4
42	4	4	4	3	4	4	4	3	4
43	4	4	3	3	4	4	3	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4

45	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	4	4	4	4	3	4	4	4	3
47	4	3	5	5	4	3	3	5	4
48	4	5	3	4	4	3	5	5	5
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	5	4	4	4	5	4	4	4
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	3	3	3	3	4	3	3	3	3
54	4	4	4	3	4	4	3	4	4
55	5	4	4	4	4	4	4	4	4
56	4	5	4	3	4	4	4	4	4
57	5	4	4	4	4	4	4	4	4
58	3	3	2	2	3	4	3	3	3
59	5	5	4	4	5	4	4	4	4
60	4	5	4	4	3	4	4	4	4
61	5	4	4	4	4	4	4	4	4
62	3	3	4	4	3	3	3	3	3
63	4	4	3	4	5	5	4	4	4
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	3	4	4	3	2	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4



### LAMPIRAN 3 ANALISIS DESKRIPTIF

#### Frequencies

##### Usia UKM

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 -5 tahun	49	72.1	72.1	72.1
6 - 10 tahun	18	26.5	26.5	98.5
> 10 tahun	1	1.5	1.5	100.0
Total	68	100.0	100.0	

##### Lama mengelola UMKM

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 -5 tahun	46	67.6	67.6	67.6
6 - 10 tahun	19	27.9	27.9	95.6
> 10 tahun	3	4.4	4.4	100.0
Total	68	100.0	100.0	

##### Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 21 - 30 tahun	8	11.8	11.8	11.8
31 - 40 tahun	31	45.6	45.6	57.4
41 - 50 tahun	24	35.3	35.3	92.6
51 - 60 tahun	5	7.4	7.4	100.0
Total	68	100.0	100.0	

##### Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	19	27.9	27.9	27.9
Wanita	49	72.1	72.1	100.0
Total	68	100.0	100.0	

##### Pendidikan

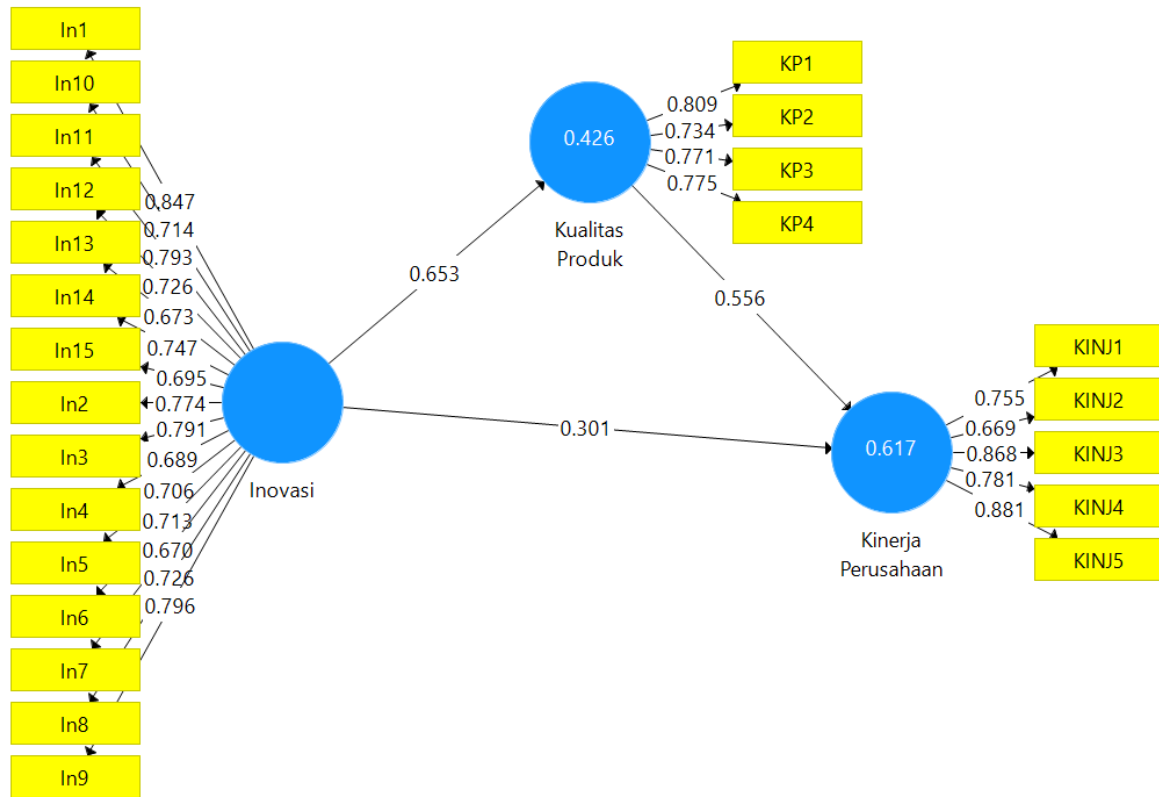
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

SMA/SMK	48	70.6	70.6	70.6
AKADEMI	9	13.2	13.2	83.8
Valid D1/D2/D3				
S1	11	16.2	16.2	100.0
Total	68	100.0	100.0	

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
In1	68	2.00	5.00	4.0882	.82381
In2	68	3.00	5.00	4.1912	.69663
In3	68	2.00	5.00	4.1618	.61354
In4	68	2.00	5.00	4.0735	.71896
In5	68	2.00	5.00	4.2059	.61228
In6	68	2.00	5.00	4.0588	.73062
In7	68	3.00	5.00	4.0735	.69789
In8	68	3.00	5.00	4.0735	.69789
In9	68	2.00	5.00	4.1324	.71036
In10	68	3.00	5.00	4.1176	.68086
In11	68	2.00	5.00	4.0588	.77039
In12	68	3.00	5.00	4.0147	.61067
In13	68	2.00	5.00	3.9706	.75252
In14	68	3.00	5.00	4.0882	.59187
In15	68	3.00	5.00	3.9118	.70680
KP1	68	3.00	5.00	4.2500	.63187
KP2	68	3.00	5.00	4.2353	.64917
KP3	68	2.00	5.00	4.0588	.66652
KP4	68	2.00	5.00	3.9559	.65640
KINJ1	68	2.00	5.00	4.0588	.78953
KINJ2	68	3.00	5.00	4.1912	.62908
KINJ3	68	3.00	5.00	4.0588	.66652
KINJ4	68	3.00	5.00	4.2059	.58740
KINJ5	68	3.00	5.00	4.1176	.61157
Valid N (listwise)	68				

## LAMPIRAN 4 UJI INSTRUMEN / UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS



### Outer Loadings

- Mean, STDEV, T-Values, P-Values
- Confidence Intervals
- Confidence Intervals Bias Corrected
- Samples

•	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
<b>In1 &lt;- Inovasi</b>	0.847	0.842	0.044	19.118	<b>0.000</b>
<b>In10 &lt;- Inovasi</b>	0.714	0.711	0.069	10.330	<b>0.000</b>
<b>In11 &lt;- Inovasi</b>	0.793	0.794	0.049	16.329	<b>0.000</b>
<b>In12 &lt;- Inovasi</b>	0.726	0.727	0.064	11.397	<b>0.000</b>
<b>In13 &lt;- Inovasi</b>	0.673	0.664	0.086	7.857	<b>0.000</b>
<b>In14 &lt;- Inovasi</b>	0.747	0.741	0.080	9.309	<b>0.000</b>

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
<b>In15 &lt;- Inovasi</b>	0.695	0.692	0.069	10.093	<b>0.000</b>
<b>In2 &lt;- Inovasi</b>	0.774	0.770	0.055	14.124	<b>0.000</b>
<b>In3 &lt;- Inovasi</b>	0.791	0.784	0.064	12.427	<b>0.000</b>
<b>In4 &lt;- Inovasi</b>	0.689	0.675	0.092	7.478	<b>0.000</b>
<b>In5 &lt;- Inovasi</b>	0.706	0.696	0.081	8.739	<b>0.000</b>
<b>In6 &lt;- Inovasi</b>	0.713	0.712	0.068	10.513	<b>0.000</b>
<b>In7 &lt;- Inovasi</b>	0.670	0.676	0.054	12.386	<b>0.000</b>
<b>In8 &lt;- Inovasi</b>	0.726	0.721	0.063	11.515	<b>0.000</b>
<b>In9 &lt;- Inovasi</b>	0.796	0.788	0.058	13.800	<b>0.000</b>
<b>KINJ1 &lt;- Kinerja Perusahaan</b>	0.755	0.752	0.055	13.745	<b>0.000</b>
<b>KINJ2 &lt;- Kinerja Perusahaan</b>	0.669	0.664	0.088	7.600	<b>0.000</b>
<b>KINJ3 &lt;- Kinerja Perusahaan</b>	0.868	0.870	0.025	34.885	<b>0.000</b>
<b>KINJ4 &lt;- Kinerja Perusahaan</b>	0.781	0.775	0.065	12.078	<b>0.000</b>
<b>KINJ5 &lt;- Kinerja Perusahaan</b>	0.881	0.877	0.040	21.932	<b>0.000</b>
<b>KP1 &lt;- Kualitas Produk</b>	0.809	0.810	0.046	17.613	<b>0.000</b>
<b>KP2 &lt;- Kualitas Produk</b>	0.734	0.735	0.061	12.100	<b>0.000</b>
<b>KP3 &lt;- Kualitas Produk</b>	0.771	0.763	0.071	10.813	<b>0.000</b>
<b>KP4 &lt;- Kualitas Produk</b>	0.775	0.765	0.094	8.220	<b>0.000</b>

*Convergent Validity* di uji melalui parameter *loading-factor*. Pengukuran dapat dikategorikan memiliki *convergent validity* apabila nilai loading factor lebih dari 0,7 atau diatas 0,5 – 0,6 masih bisa diterima dan nilai AVE lebih dari 0,5 (Ghozali, 2008). Dari hasil uji validitas terlihat bahwa nilai AVE seluruh variabel diatas 0,5 dan didukung dengan nilai loading faktor yang seluruhnya diatas 0,5 – 0,6 dan sebagian diatas 0,7,

maka dapat dinyatakan bahwa seluruh item pertanyaan dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.



## Discriminant Validity

- Fornell-Larcker Criterion
- Cross Loadings
- Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	<b>Inovasi</b>	<b>Kinerja Perusahaan</b>	<b>Kualitas Produk</b>
<b>Inovasi</b>	0.739*		
<b>Kinerja Perusahaan</b>	0.663	0.795*	
<b>Kualitas Produk</b>	0.653	0.752	0.773*

\* akar AVE

Seluruh variabel dapat dinyatakan valid karena akar AVE > koefisien korelasinya, sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel ini telah memiliki *discriminant validity* yang tinggi

## Discriminant Validity

- Fornell-Larcker Criterion
- Cross Loadings
- Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	<b>Inovasi</b>	<b>Kinerja Perusahaan</b>	<b>Kualitas Produk</b>
<b>In1</b>	<b>0.847</b>	0.561	0.524
<b>In10</b>	<b>0.714</b>	0.416	0.419
<b>In11</b>	<b>0.793</b>	0.561	0.515
<b>In12</b>	<b>0.726</b>	0.503	0.484
<b>In13</b>	<b>0.673</b>	0.388	0.382
<b>In14</b>	<b>0.747</b>	0.450	0.340
<b>In15</b>	<b>0.695</b>	0.565	0.426
<b>In2</b>	<b>0.774</b>	0.452	0.398



	<b>Inovasi</b>	<b>Kinerja Perusahaan</b>	<b>Kualitas Produk</b>
<b>In3</b>	<b>0.791</b>	0.551	0.405
<b>In4</b>	<b>0.689</b>	0.366	0.477
<b>In5</b>	<b>0.706</b>	0.480	0.509
<b>In6</b>	<b>0.713</b>	0.454	0.616
<b>In7</b>	<b>0.670</b>	0.620	0.624
<b>In8</b>	<b>0.726</b>	0.419	0.490
<b>In9</b>	<b>0.796</b>	0.442	0.486
<b>KINJ1</b>	0.380	<b>0.755</b>	0.515
<b>KINJ2</b>	0.494	<b>0.669</b>	0.520
<b>KINJ3</b>	0.658	<b>0.868</b>	0.686
<b>KINJ4</b>	0.519	<b>0.781</b>	0.648
<b>KINJ5</b>	0.541	<b>0.881</b>	0.588
<b>KP1</b>	0.463	0.586	<b>0.809</b>
<b>KP2</b>	0.523	0.620	<b>0.734</b>
<b>KP3</b>	0.525	0.460	<b>0.771</b>
<b>KP4</b>	0.502	0.637	<b>0.775</b>

Berdasarkan hasil *cross loading* menunjukkan bahwa setiap indikator berkorelasi lebih tinggi dan mengumpul pada masing-masing konstraknya dibandingkan dengan konstruk lainnya, sehingga dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik.

## UJI RELIABILITAS

### Construct Reliability and Validity

	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>rho_A</b>	<b>Composite Reliability</b>	<b>Average Variance Extracted (AVE)</b>
<b>Inovasi</b>	<b>0.940</b>	<b>0.943</b>	<b>0.947</b>	<b>0.546</b>
<b>Kinerja Perusahaan</b>	<b>0.851</b>	<b>0.865</b>	<b>0.895</b>	<b>0.632</b>
<b>Kualitas Produk</b>	<b>0.775</b>	<b>0.775</b>	<b>0.855</b>	<b>0.597</b>

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Alpha Cronbach's berkisar antara 0,775 sampai dengan 0,940 yang seluruhnya berada diatas batas ambang minimal ( $\alpha > 0,6$ ). Hasil ini didukung dengan nilai *Composite Reliability* berkisar antara 0,855 sampai dengan 0,947 yang seluruhnya diatas 0,7 ( $CR > 0,7$ ). Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa semua konstruk mempunyai nilai *loading composite reliability* di atas 0,70. Mengacu pada pendapat Jogiyanto (2011) maka dapat dinyatakan bawah instrumen penelitian ini telah memenuhi reliabilitas yang sangat andal

## LAMPIRAN 5 UJI HIPOTESIS

R Square

	<b>R Square</b>	<b>R Square Adjusted</b>
<b>Kinerja Perusahaan</b>	0.617	0.605
<b>Kualitas Produk</b>	0.426	0.417

Path Coefficients

- Mean, STDEV, T-Values, P-Values
- Confidence Intervals
- Confidence Intervals Bias Corrected
- Samples

	<b>Original Sample (O)</b>	<b>Sample Mean (M)</b>	<b>Standard Deviation (STDEV)</b>	<b>T Statistics ( O/STDEV )</b>	<b>P Values</b>
<b>Inovasi -&gt; Kualitas Produk</b>	0.643	0.649	0.107	6.006	<b>0.000</b>
<b>Inovasi -&gt; Kinerja Perusahaan</b>	0.315	0.339	0.125	2.509	<b>0.012</b>
<b>Kualitas Produk -&gt; Kinerja Perusahaan</b>	0.550	0.533	0.128	4.304	<b>0.000</b>

Specific Indirect Effects

- Mean, STDEV, T-Values, P-Values
- Confidence Intervals
- Confidence Intervals Bias Corrected
- Samples

	<b>Original Sample (O)</b>	<b>Sample Mean (M)</b>	<b>Standard Deviation (STDEV)</b>	<b>T Statistics ( O/STDEV )</b>	<b>P Values</b>
•					

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
<b>Inovasi -&gt; Kualitas Produk -&gt; Kinerja Perusahaan</b>	0.354	0.343	0.093	3.806	<b>0.000</b>

Total Effects

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
<b>Inovasi -&gt; Kinerja Perusahaan</b>	0.668	0.682	0.073	9.131	<b>0.000</b>
<b>Inovasi -&gt; Kualitas Produk</b>	0.643	0.649	0.107	6.006	<b>0.000</b>
<b>Kualitas Produk -&gt; Kinerja Perusahaan</b>	0.550	0.533	0.128	4.304	<b>0.000</b>

### RANGKUMAN UJI HIPOTESIS

Hubungan Antar Variabel	Pengaruh Langsung			Pengaruh tidak langsung		
	Koef	t	p-value	Koef	t	p-value
<b>Inovasi -&gt; Kualitas Produk</b>	0.643	6.006	<b>0.000</b>			
<b>Inovasi -&gt; Kinerja Perusahaan</b>	0.315	2.509	<b>0.012</b>			
<b>Inovasi -&gt; Kualitas Produk -&gt; Kinerja Perusahaan</b>				0.354	3.806	<b>0.000</b>

- a. Pengaruh inovasi terhadap kualitas produk didapatkan nilai koefisien jalur sebesar 0,643 dan t hitung sebesar 6,006 > 1,96 dan probabilitas sebesar 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif yang signifikan antara inovasi terhadap kualitas produk.

- Dengan demikian maka hipotesis (H1) yang menyatakan **H1** : Inovasi berpengaruh positif terhadap kualitas produk pada UKM Krupuk ikan di kota Batam” **dapat didukung**.
- b. Pengaruh inovasi terhadap kinerja prs didapatkan nilai koefisien jalur sebesar 0,315 dan t hitung sebesar 2,509 > 1,96 dan probabilitas sebesar 0,012 < 0,05, maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif yang signifikan antara inovasi terhadap kinerja perusahaan. Dengan demikian maka hipotesis (H2) yang menyatakan **H2** : Inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan pada UKM Krupuk ikan di kota Batam” **dapat didukung**.
- c. Hasil uji pengaruh tidak langsung variabel inovasi terhadap kinerja perusahaan melalui kualitas produk ditunjukkan dari hasil uji *Indirect Effect*. Tampak bahwa hasil koefisien jalur sebesar 0,354 dengan t hitung sebesar 3,806 dan nilai *pvalue* sebesar 0,000 < 0,05 pada alpha 5%. Sehingga dapat diartikan bahwa kualitas produk sebagai variabel yang memediasi pengaruh inovasi terhadap kinerja perusahaan. Dengan demikian hipotesis ketiga penelitian yang menyatakan “**H3** : Kualitas produk memediasi terhadap hubungan positif antara Inovasi terhadap kinerja perusahaan pada UKM Krupuk ikan di kota Batam” **dapat didukung**.

