

**PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS
TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
DI KOTA TASIKMALAYA**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Nama : Agie Agung Pratama

Nomor Mahasiswa : 17311038

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

**PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS
TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
DI KOTA TASIKMALAYA**

SKRIPSI

Diajukan dan disusun guna memenuhi syarat ujian akhir untuk memperoleh gelar
Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika,

Universitas Islam Indonesia.

Disusun oleh:

Nama : Agie Agung Pratama
Nomor Mahasiswa : 17311038
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PENGESAHAN

**Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas
Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)
Di Kota Tasikmalaya**

SKRIPSI

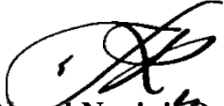
Diajukan dan disusun guna memenuhi syarat ujian akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Oleh :

Nama : Agie Agung Pratama
Nomor Mahasiswa : 17311038
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, Desember 2021

Telah disetujui oleh
Dosen Pembimbing,


Siti Nurul Ngaini, Dra.,M.M.

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, Desember 2021

Penulis



Agie Agung Pratama

17311038

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

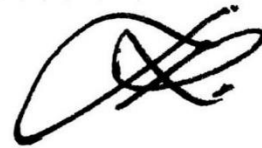
TUGAS AKHIR BERJUDUL
**PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA
TASIKMALAYA**

Disusun Oleh : **AGIE AGUNG PRATAMA**
Nomor Mahasiswa : **17311038**

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

Pada hari, tanggal: Selasa, 14 Desember 2021

Penguji/ Pembimbing Tugas Akhir : Siti Nurul Ngaini, Dra., M.M.



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



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



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

MOTTO

يَبْنِيْ اَذْهَبُوْا فَتَحَسَّسُوْا مِنْ يُوسُفَ وَآخِيْهِ وَلَا تَأْتِسُوْا مِنْ رَّوْحِ
اللّٰهِ اِنَّهٗ لَا يَأْتِسُ مِنْ رَّوْحِ اللّٰهِ اِلَّا الْقَوْمُ الْكٰفِرُوْنَ ﴿٨٧﴾

.....dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum yang kafir. (QS. Yusuf ayat 87)

Hidup memang banyak cobaan, kalo dikit namanya cobain.

-Mienty

الجمعة الإسلامية الأندلسية

**PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS
TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
DI KOTA TASIKMALAYA**

Agie Agung Pratama

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

e-mail : agie.pratama@students.uii.ac.id

ABSTRAK

Peran Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) menjadi salah satu bagian penting dari sistem perekonomian di skala kota maupun negara. Globalisasi menciptakan persaingan sangat ketat dan ketidakpastian sangat tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi pengetahuan terkait dengan pengaruh pada kinerja UMKM di Kota Tasikmalaya yang mencakup inovasi produk, inovasi proses dan kreativitas terhadap kinerja operasional pada UMKM di Kota Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan proses pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* dan jumlah sampel sebanyak 109 responden. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil analisis dan sumber data dibuktikan bahwa inovasi produk, inovasi proses dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Inovasi Proses, Kreativitas, Kinerja Operasional, Kinerja UMKM

**PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS
TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)
DI KOTA TASIKMALAYA**

Agie Agung Pratama

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

e-mail : agie.pratama@students.uii.ac.id

ABSTRACT

The role of Micro, Small, Medium Enterprises (MSMEs) is an important part of the economic system at the city and state scale. Globalization creates very tight competition and very high uncertainty. This study aims to provide information on knowledge related to the influence on the performance of MSMEs in Tasikmalaya City which includes product innovation, process innovation and creativity on operational performance of MSMEs in Tasikmalaya City. This study used a sampling process with purposive sampling method and the number of samples was 109 respondents. The technique used in this research is multiple regression analysis method. Based on the results of the analysis and data sources, it is proven that product innovation, process innovation and creativity have a positive and significant effect on operational performance.

Keywords: Product Innovation, Process Innovation, Creativity, Operational Performance, MSME Performance.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat maupun hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan judul: **“Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tasikmalaya”**. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa pada penelitian ini tidak mungkin dapat diselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan dan memberikan bantuan serta doa yang dipanjatkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan ridha atas pertolongan, kemudahan, kepintaran dan kesuksesan, sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan baik dan lulus tepat waktu.
2. Kedua orang tua yang telah memberikan banyak dukungan dan doa penuh kasih sayang selama ini.
3. Ibu Siti Nurul Ngaini, Dra., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi saya, terimakasih atas segala bentuk bimbingan dan ilmu yang telah diberikan selama ini.
4. Segenap Staff dan Dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.
5. Teman teman saya semua baik dari teman TK, teman ngaji, sampai dengan tempat seperkuliahan.
6. Para responden di Tasikmalaya yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk mengisi kuisioner penelitian.

Dalam pembuatan penelitian skripsi ini walaupun telah berusaha semaksimal mungkin tentunya masih banyak kekurangan maupun keterbatasan yang dimiliki, oleh karena itu diharapkan saran maupun kritik untuk membangun kesempurnaan pada penelitian ini. Semoga penelitian ini bermanfaat. Terima Kasih.

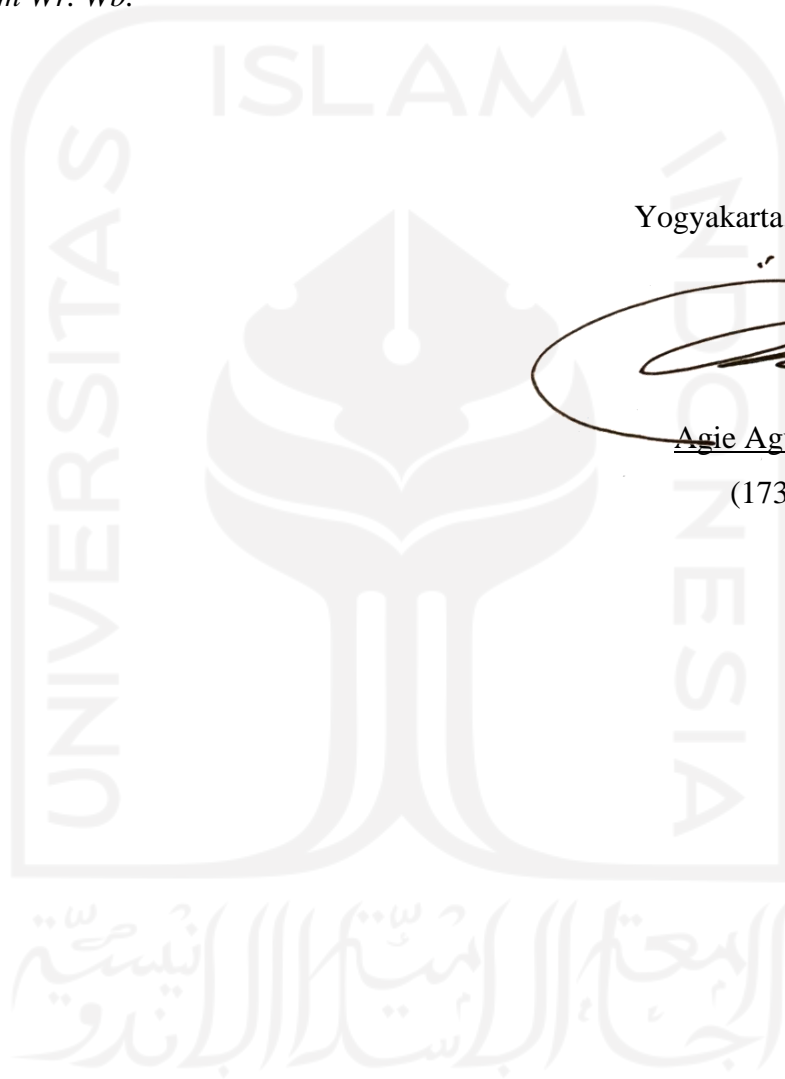
Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Desember 2021



Agie Agung Pratama

(17311038)



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	8
2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Definisi Inovasi.....	10
2.2.2 Inovasi Produk	10
2.2.3 Inovasi Proses	11
2.2.4 Kreativitas	12
2.2.5 Kinerja Operasional	13
2.3. Hubungan Antar Variabel	14
2.3.1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional	15
2.3.2. Pengaruh Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasional	15
2.3.3. Pengaruh Kreativitas terhadap Kinerja Operasional.....	16
2.4. Kerangka Penelitian	16
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1. Lokasi Penelitian.....	17
3.2. Variabel Penelitian	17
3.2.1. Variabel Bebas (<i>Independent</i>)	17
3.2.2. Variabel Terikat (<i>Dependent</i>)	17
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	18
3.3.1. Inovasi Produk (X1).....	18
3.3.2. Inovasi Proses (X2).....	18

3.3.3.	Kreativitas (X3)	18
3.3.4.	Kinerja Operasional (Y).....	19
3.4.	Metode Pengolahan Data	19
3.4.1.	Jenis data yang diperlukan	19
3.4.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.5.	Populasi dan Sampel Penelitian	21
3.5.1.	Populasi.....	21
3.5.2.	Sampel.....	21
3.6.	Uji Kelayakan Instrumen	21
3.6.1.	Uji Validitas	22
3.6.2.	Uji Reliabilitas	22
3.7.	Metode Analisis Data	22
3.7.1.	Analisis Regresi Linier Berganda	22
3.7.2.	Uji F (Simultan)	23
3.7.3.	Uji T (Parsial)	23
3.7.4.	Uji Koefisien Korelasi	24
3.7.5.	Uji Koefisien Determinasi	24
3.7.6.	Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2)	25
3.7.7.	Uji Asumsi Klasik.....	25
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		28
4.1.	Gambaran Umum Responden	28
4.1.1.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
4.1.2.	Responden berdasarkan tingkat usia.....	29
4.1.3.	Responden berdasarkan tingkat pendidikan.....	30
4.1.4.	Responden berdasarkan lama usaha.....	31
4.1.5.	Responden berdasarkan jenis produk yang dijual.....	32
4.2.	Hasil Analisis Deskriptif Variabel	33
4.3.	Uji Instrumen.....	34
4.3.1.	Hasil Uji Validitas.....	34
4.3.2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	36
4.4.	Analisis Penilaian Responden	37
4.4.1.	Analisis Penilaian Responden terhadap variabel Inovasi Produk.....	37
4.4.2.	Analisis Penilaian Responden terhadap variabel Inovasi Proses	38
4.4.3.	Analisis Penilaian Responden terhadap variabel Kreativitas.....	39

4.4.4.	Analisis Penilaian Responden terhadap variabel Kinerja Operasional.....	40
4.5.	Analisis Regresi Linier Berganda	41
4.6.	Pengujian Hipotesis.....	42
4.6.1.	Uji F (Simultan)	42
4.6.2.	Uji T (Parsial)	44
4.6.3.	Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	45
4.6.4.	Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2)	46
4.7.	Uji Asumsi Klasik	47
4.7.1.	Uji Normalitas.....	48
4.7.2.	Uji Multikolinearitas.....	48
4.7.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	49
4.8.	Pembahasan.....	50
4.8.1.	Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional	50
4.8.2.	Pengaruh Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasional	51
4.8.3.	Pengaruh Kreativitas terhadap Kinerja Operasional.....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		55
5.1.	Kesimpulan.....	55
5.2.	Keterbatasan Penelitian	55
5.3.	Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....		58
LAMPIRAN.....		64

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4.2 Kategori Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	30
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	31
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	32
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Jenis Produk yang Dijual	33
Tabel 4.6 Uji Validitas.....	35
Table 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.8 Analisis Responden terhadap Variabel Inovasi Produk.....	37
Tabel 4.9 Analisis Responden Terhadap Variabel Inovasi Proses	38
Tabel 4.10 Analisis Responden Terhadap Variabel Kreativitas	39
Tabel 4.11 Analisis Responden Terhadap Variabel Kinerja Operasional	40
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda	41
Tabel 4.13 Uji F	43
Tabel 4.14 Hasil Uji T	44
Tabel 4.15 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	45
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi Parsial.....	46
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Sumbanga Efektif dan Sumbangan Relatif	47
Tabel 4.18 Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.19 Uji Multikolonieritas.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas.....	50



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) merupakan salah satu roda penggerak perekonomian di berbagai kota di Indonesia. Stel, et al, (2004) berpendapat bahwa UMKM memiliki peran penting diantaranya menghadirkan lapangan pekerjaan, menghadirkan pendapatan yang merata di masyarakat serta mampu mendorong perekonomian secara komprehensif.

Menurut Undang-Undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang UMKM ialah:

1. Usaha Mikro merupakan bentuk usaha ekonomi yang dimiliki oleh perorangan dan/atau badan usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, sedangkan hasil dari penjualan tahunan paling banyak mencapai Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha Kecil merupakan bentuk usaha ekonomi yang berdiri sendiri dan/atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dan cabang perusahaan yang menjadi bagian dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan sedangkan hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah)
3. Usaha Menengah merupakan bentuk usaha ekonomi yang berdiri sendiri, baik dilakukan oleh orang perorangan maupun badan usaha yang bukan menjadi bagian dari anak atau cabang perusahaan yang menjadi bagian dari Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan

kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat dan memiliki hasil dari penjualan tahunan mencapai lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Koperasi UMKM salah satu kelompok usaha sebagai penyangga utama dan berdampak pada banyaknya tenaga kerja, secara simultan dan keseluruhan sektor usaha ini ditunjukkan bahwa usaha dengan skala kecil di Indonesia menempati porsi sebanyak 99%. Dengan begitu hampir seluruh usaha dengan berskala kecil yang menguasai seluruh usaha di Indonesia dan hanya 1% usaha yang berskala menengah maupun usaha besar (Wahyudin, 2013).

Selain itu, UMKM termasuk kedalam unit usaha yang lebih banyak tersebar jumlahnya dibandingkan dengan usaha skala besar yang menyerap tenaga kerja dan memiliki keunggulan dalam bersaing. UMKM selalu hadir dikarenakan selalu diperlukan. Peran UMKM pada pertumbuhan dan ekonomi suatu negara dianggap paling penting dan sangat berkontribusi besar bagi perekonomian negara maupun daerah. Kelompok usaha ini memiliki kelebihan dan terbukti tahan terhadap guncangan ekonomi.

Pertumbuhan maupun perkembangan UMKM cukup baik dari waktu ke waktu. Pemerintahan selalu menekankan dan mendukung penuh terhadap keberlangsungan UMKM. Dukungan terhadap sektor usaha kecil harus dapat diberikan perhatian yang lebih dengan tujuan usaha kecil ini merupakan tulang punggung dari sisi ekonomi daerah maupun penyediaan tenaga kerja.

Di era globalisasi ini dimana perubahan sangat cepat, persaingan sangat ketat, dan ketidakpastian sangat tinggi maka dari itu datangnya ancaman baik pesaing dari luar akan menjadi suatu tantangan bagi perekonomian khususnya berbagai kota di Indonesia.

Dilansir dari data statistik pada Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Tasikmalaya mengalami segala perkembangan dan peningkatan yang sangat pesat dari sisi kemajuan masyarakat, pembangunan maupun pendidikan dikarenakan Tasikmalaya sebagai pusat pendidikan terbesar ketiga di Jawa Barat setelah Kota Bandung dan Bogor. Dengan banyaknya penduduk maka timbul peluang kemajuan terlebih kepada masyarakat yang memiliki potensi. Potensi inilah yang akan menjadi faktor modal percepatan maupun pembangunan baik dari sisi ekonomi kreatif, industri kreatif maupun pembangunan kota.

Menurut dinas Koperasi UMKM di Kota Tasikmalaya mengatakan bahwa kurangnya inovasi berpicu matinya UMKM di Tasikmalaya karena kesulitan bersaing dengan sektor usaha besar baik yang berasal dari daerah luar Tasikmalaya maupun usaha yang berasal dari luar negeri (Mediaindonesia.com, 3 Oktober 2019).

Sementara itu, Kota Tasikmalaya terkenal akan produksi kerajinan tangan khasnya salah satunya adalah kerajinan yang berasal dari bambu, payung geulis, bordir, kelom geulis maupun makanan tradisional yang dolah dengan kebahagiaan dan penuh rasa cinta. Payung geulis merupakan ikon khas dari Kota Tasikmalaya.

Meluncurkan produk baru di pasar sangat beresiko dan tidak mudah. Tidak ada yang bisa menjamin bahwa pasar siap untuk membeli baik barang maupun jasa. Maka dari itu, UMKM terus berusaha untuk memenangkan keunggulan bersaing salah satunya dengan kreativitas maupun inovasi pada produk.

Hasil kinerja pada operasional sebuah bisnis menjadi kunci utama untuk tetap melawan persaingan era global. Kemajuan teknologi sangat pesat secara tidak langsung memacu tingginya persaingan. Hambatan maupun tantangan tidak hanya akan muncul dari sesama UMKM di Kota Tasikmalaya melainkan pelaku usaha besar maupun usaha yang berasal dari luar negeri. Pelaku UMKM dituntut untuk bisa semakin responsif dan kreatif terhadap perubahan dalam menyusun strategi pada bisnis dengan tujuan memenangkan dan menguasai persaingan.

Persaingan yang sangat tinggi menuntut untuk selalu menerapkan inovasi maupun kreativitas terus menerus dan menciptakan peningkatan kinerja operasional sebuah bisnis. Inovasi menciptakan kemampuan keterampilan berwirausaha yang berkualitas selain itu, mengintegrasikan pemberian ide baru yang dapat menciptakan atau menambah nilai pada pelanggan.

Barringer dan Ireland (2006) memaparkan bahwa kreativitas dan inovasi melibatkan penciptaan sesuatu yang baru. Dengan adanya kreativitas dan inovasi ini maka keduanya tidak dapat dipisahkan dari kewirausahaan disebabkan inovasi akan lahir dari bentuk kreativitas itu sendiri. Selain itu menurut Kruger, Millard, & Pretorius (2005) kreativitas yang harus dibutuhkan untuk keterampilan berwirausaha agar meraih keunggulan bersaing. Kualitas sebuah produk bisa dicapai dengan inovasi yang berkelanjutan, agar hal ini dapat terjadi maka dibutuhkan kontrol yang tinggi termasuk dalam pengawasan dari sisi kualitas agar terjadi *zero defect* yang mana menurangi tingkat kesalahan agar mendekati nol.

Sebuah pelaku UMKM yang masih ditahap awal menjadi bagian penting untuk melakukan keunggulan bersaing melalui inovasi contohnya dalam hal teknologi dan proses yang digunakan dan menciptakan esensi kreativitas (Bosma & Harding, 2006). Meningkatkan dan mempromosikan

kegiatan inovasi di UMKM menawarkan prospek yang kuat bagi pertumbuhan produktivitas dan akibatnya penciptaan lapangan pekerjaan yang berkualitas di negara berkembang (Gault, 2010).

Hal ini dapat mendorong para pelaku UMKM khususnya di Kota Tasikmalaya untuk terus bisa menerapkan inovasi dan kreativitas agar tetap menciptakan kinerja operasional yang positif mengingat UMKM memainkan peran yang sangat penting di sebagian besar perekonomian (Storey dan Tether, 1998).

Berdasarkan latar belakang tersebut, peran UMKM menjadi salah satu bagian penting dari sistem perekonomian di skala kota maupun negara. Globalisasi menciptakan persaingan sangat ketat dan ketidakpastian sangat tinggi segala tantangan tidak hanya akan muncul dari sesama UMKM melainkan pelaku usaha besar maupun usaha yang berasal dari luar negeri. Tren zaman yang berubah ubah seiring perkembangan waktu menuntut pelaku UMKM untuk selalu berinovasi.

Hal ini dapat dihadapi dengan strategi inovasi maupun kreativitas yang dapat berdampak positif bagi kinerja operasional UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah hasilnya akan serupa ataupun sebaliknya. Maka dengan begitu penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap Kinerja pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Tasikmalaya”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan sebelumnya terkait dengan pentingnya inovasi dan kreativitas terhadap kinerja operasional UMKM, maka peneliti mengangkat permasalahan antara lain:

1. Apakah inovasi produk bisa memberikan pengaruh terhadap kinerja operasional UMKM di Kota Tasikmalaya?

2. Apakah inovasi proses bisa memberikan pengaruh terhadap kinerja operasional UMKM di Kota Tasikmalaya?
3. Apakah kreativitas bisa memberikan pengaruh terhadap kinerja operasional UMKM di Kota Tasikmalaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rangkaian rumusan masalah yang dipaparkan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kinerja operasional pada UMKM di Kota Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi proses terhadap kinerja operasional pada UMKM di Kota Tasikmalaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap kinerja operasional pada UMKM di Kota Tasikmalaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan beberapa tujuan yang akan dicapai, diharapkan penelitian ini memiliki banyak manfaat baik bagi peneliti, bagi UMKM, maupun bagi pihak lain adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini dapat menjadi sebuah sarana bagi penulis dalam memahami maupun menambah wawasan terkait dengan memahami pengaruh kreativitas dan inovasi khususnya dibidang operasional UMKM.

2. Bagi UMKM

Dengan adanya penelitian ini, hasilnya dapat dijadikan sebuah acuan untuk melaksanakan kreativitas dan inovasi produk dan diharapkan memperoleh manfaat dari adanya penelitian ini.

3. Bagi Akademisi

Dengan adanya penelitian ini, hasilnya dapat memberikan persepektif yang luas terhadap inovasi dan kreativitas dan bisa menjadi bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya.

4. Bagi pihak lain

Dengan adanya penelitian ini, hasilnya dapat menjadi sumber referensi maupun informasi terkait dengan inovasi dan kreativitas terhadap kinerja operasional pada UMKM di Kota Tasikmalaya

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

Dalam topik penelitian ini khususnya kreativitas dan inovasi produk bagi kinerja operasional sudah dilakukan sebelumnya, penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap kinerja operasional pada UMKM di Kota Tasikmalaya. Penelitian sebelumnya memfokuskan kepada implementasi inovasi produk, kreatifitas, kualitas informasi maupun kinerja pada operasional yang digunakan sebagai dasar dalam pengembangan hipotesis:

1. Penelitian oleh Fahmila, Siti F (2018) dengan judul “Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Pada UKM di Yogyakarta”. Penelitian ini menganalisis pengaruh antara variabel inovasi produk dan inovasi proses terhadap kinerja operasional pada UKM di Yogyakarta. Sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu UKM Batik di Yogyakarta sebanyak 60 responden dengan teknik pendekatan *purposive sampling* untuk pengambilan sampel. Pengujian hipotesis menggunakan regresi berganda (*multiple regression*). Hasilnya adalah inovasi produk dan inovasi proses mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap kinerja operasional.
2. Penelitian oleh Evant Andi Aenurohman (2020) dengan judul “Dampak Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UKM di Kota Semarang”. Penelitian ini menganalisis dampak antara variabel kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja operasional pada UKM di Kota Semarang. Sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu pelaku usaha (pemilik atau manajer) sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik pendekatan *purposive*

sampling. Pengujian hipotesis menggunakan regresi berganda (*multiple regression*). Hasilnya adalah kreativitas dan inovasi produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan dan mampu meningkatkan kinerja operasional UKM di Kota Semarang.

3. Penelitian oleh Rita (2010) dengan judul “Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Manufaktur”. Penelitian ini mengalisis pengaruh strategi inovasi terhadap kinerja operasional perusahaan manufaktur di Sulawesi. Sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu perusahaan manufaktur di Sulawesi dan terdaftar dalam Direktori Industri Pengolahan sebanyak 63 responden dengan menggunakan teknik pendekatan *purposive sampling*. Pengolahan data dilakukan menggunakan metode regresi berganda. Hasilnya menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan antara dimensi strategi inovasi terhadap kinerja operasional. Proses inovasi, inovasi produk dan implementasi inovasi memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja operasional.
4. Penelitian oleh Ferreira, J., Coelho, A., & Moutinho, L. (2020) dengan judul “*Dynamic capabilities, creativity and innovation capability and their impact on competitive advantage and firm performance: The moderating role of entrepreneurial orientation.*”. Sampel yang digunakan oleh peneliti adalah kelompok *entrepreneurial orientation* (EO) rendah 189 responden dan EO tinggi dengan 198 responden dengan menggunakan teknik CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) yang merupakan bagian dari metode SAM (*Structural Equation Modelling*). Penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan dinamic, kreativitas, dan kemampuan inovasi secara kolektif berkontribusi pada penciptaan keunggulan posisi yang signifikan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Definisi Inovasi

Dilansir dari UU No. 18 Tahun 2002 inovasi merupakan kegiatan pengembangan, penelitian, maupun perekayasaan dan dilakukan tujuannya mengembangkan nilai dengan konteks ilmu pengetahuan yang baru. Inovasi juga dapat dikatakan sebagai proses teknologis, sosial maupun manajerial gagasan baru pertama kali yang diperkenalkan untuk dipraktekkan dalam suatu budaya (Quinn *et al.*, 1996).

Solusi baru yang dapat memberikan *value* pada pelanggan merupakan inovasi. Inovasi sebagai suatu fenomena psikologis maupun sosial budaya. Pada aspek ini merupakan kunci keberhasilan ataupun kegagalan sebuah organisasi (Daghfous *et al.*, 1999). Fokus utama pada inovasi yaitu penciptaan gagasan yang baru dan diimplementasikan kedalam produk baru maupun proses baru. Tujuannya yaitu memberikan dan menyalurkan sebuah *value* pada pelanggan untuk lebih baik.

Dalam kehidupan sehari-hari inovasi juga merupakan suatu gagasan yang baru dimana gagasan tersebut belum pernah ada sebelumnya, dengan terciptanya gagasan baru ini maka diharapkan akan menjadi sesuatu yang menarik maupun berguna. Inovasi juga dapat diartikan sebagai pengenalan mengenai ide, proses maupun prosedur yang baru dalam menciptakan sebuah produk. Terciptanya inovasi yang tinggi maka akan dihasilkan produk yang berkualitas. Kualitas yang tinggi maka akan meningkatkan keunggulan bersaing dan berdampak pada kinerja operasional perusahaan.

2.2.2 Inovasi Produk

Menurut Damanpour (1991) memaparkan bahwa inovasi produk merupakan produk baru yang diperkenalkan ke pasar dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan pasar. Seseorang yang selalu melakukan inovasi maka dianggap sebagai seorang yang inovatif. Selain itu, Lukas & Ferrel (2000) berpendapat bahwa inovasi produk dapat dikatakan suatu proses memperkenalkan teknologi yang baru.

Inovasi produk dapat dibedakan menjadi tiga kategori antara lain; *product line extensions*, *me to product*, dan *new to the world product* (Lukas & Ferrel, 2000). *Product line extension* yaitu produk yang baru di pasar namun sudah dikenal bagi perusahaan. Apabila *me to product* merupakan produk yang baru bagi perusahaan namun sudah dikenal di pasar. Sedangkan *new to the world product* dapat dikatakan produk baru dan belum dikenali dari sisi pasar maupun perusahaan. Dampak dari perubahan teknologi yang sangat cepat dan variasi produk yang lebih tinggi merupakan tuntutan agar selalu menerapkan inovasi produk (Hurley & Hult, 1998).

Inovasi produk dapat dilakukan pada produk yang bersifat *tangible* maupun *intangibile*. *Tangible* merupakan produk yang berwujud contohnya produk barang sedangkan *intangibile* merupakan produk yang tidak berwujud contohnya produk jasa atau layanan. Produk barang baru yang inovatif sangat membantu hidup manusia seperti produk teknologi dan lainnya. Inovasi produk tidak hanya menemukan ide yang baru namun harus juga menciptakan *value* baru dalam produk.

Menurut Mavando dan Farrel (2003) bahwa terdapat tiga aktivitas yang dapat mencerminkan tingkat inovasi yang tinggi; kemampuan dalam mengamati peluang di pasar, menciptakan kapabilitas pemasaran dengan tujuan menanggapi peluang pasar, dan kemampuan organisasi dalam rangka menangkap peluang pasar dengan cepat.

2.2.3 Inovasi Proses

Inovasi proses merupakan elemen baru dan bertujuan untuk dapat diperkenalkan dalam proses pembuatan produk, baik berupa barang maupun jasa dalam organisasi seperti material bahan mentah ataupun peralatan yang dipakai dalam rangka memproduksi produk barang maupun jasa (Damanpour, 1991). Menurut Perez Bustamante (1999) memaparkan bahwa inovasi proses berisi tahapan dari barang dan jasa baru, atau pengembangan proses mencakup dari konsepsi gagasan sampai penerimaan pasar.

Inovasi proses mengartikan sebagai perubahan pada cara organisasi memproduksi produk baik barang maupun jasa pada akhir suatu perusahaan (Cooper, 1998) Inovasi proses dapat dianggap menjadi saran dengan tujuan meningkatkan kualitas dan juga efisiensi biaya. Dengan begitu dapat mencerminkan adopsi proses inovasi dapat menciptakan dan meningkatkan penghematan biaya pada produk dan kualitas produk yang diciptakan.

Inovasi proses mencakup fungsi kualitas dan pengembangan (Cumming, 1998). Menurut Davenport (1993) dan Aydinly (2009) terdapat beberapa tahapan untuk dapat menerapkan inovasi proses yakni; melakukan identifikasi perubahan, melakukan pengembangan visi, memahami adanya proses, dan pengimplementasian prototipe desain proses yang baru. Dengan begitu, menerapkan inovasi proses dapat meningkatkan efisiensi dan produktifitas proses produksi.

2.2.4 Kreativitas

Kreativitas dan inovasi merupakan sebuah sentral utama dalam melakukan aktivitas usaha. Menurut Barringer & Ireland (2006) mendefinsikan bahwa kreativitas dan inovasi tidak dapat dipisahkan dari kegiatan kewirausahaan dikarenakan diwujudkanannya dalam tindakan ketika menjalankan suatu perusahaan. Menurut Kruger, Millard, & Pretorius (2005) kreativitas adalah bagian dari keterampilan yang dibutuhkan didalam kegiatan kewirausahaan agar memperoleh keberhasilan dalam memulai usaha tersebut.

Tindakan, gagasan maupun produk apapun yang mengubah domain yang ada menjadi baru dapat dikatakan sebagai kreativitas (Mullan & Kenworthy, 2016). Pada konteks bisnis, kreativitas sering diartikan kedalam pengembangan ide, inovasi produk baru, dan meningkatkan inovasi yang ada (Cahayani, 2013). Kreativitas merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari keterampilan-keterampilan kewirausahaan karena sangat diperlukan untuk memulai usaha pada organisasi (Baldacchino, 2009).

Menurut Herlambang (2015) bahwa terdapat empat aspek dasar yang sangat mempengaruhi kreativitas antara lain; *person*, *process*, *place*, dan *product*. Selain itu, terdapat faktor utama yang dapat mempengaruhi kreativitas wirausaha antara lain;

1. Faktor psikologis yang mencakup motivasi dan intelegensi.
2. Faktor lingkungan yang mencakup kondisi lingkungan.
3. Faktor demografis yang mencakup usia, jenis kelamin dan waktu.

Cook (1998) menjelaskan bahwa kreativitas tidak serta merta diperlukan hanya dalam pengembangan produk, namun kreativitas diperlukan disetiap jenis organisasi. Kreativitas dipandang sebagai hal yang melebihi layanan baru, produk baru, maupun proses yang baru dan tentu lebih baik. Dengan begitu, jika organisasi dapat mengatur dengan cara yang baru dan lebih efektif maka dapat dikatakan bahwa semuanya sebagai tindakan yang kreatif (Gurteen, 1998).

2.2.5 Kinerja Operasional

Handoko (2010) memaparkan bahwa *operational performance* atau kinerja operasional yaitu pelaksanaan pada kegiatan manajerial yang akan dibawakan dalam perancangan, pemilihan, pengoperasian maupun pengawasan sistem produksi. Dengan begitu kinerja operasional dapat diartikan sebagai pengukuran dari hasil performa perusahaan pada standar maupun indikator yang

efektif, efisien dan tanggung jawab sosial pada produktivitas, siklus dan taat terhadap peraturan.

Tujuannya antara lain:

1. Efektif dan efisien artinya mengefisienkan dari kinerja sebuah bisnis menggunakan sumber daya yang ada.
2. Melindungi organisasi dari kerugian
3. Berbagai *stakeholder* menempatkan kepentingan mereka dibelakang dan mendahulukan kepentingan sebuah organisasi.

Demi terciptanya sebuah tujuan pada organisasi dalam kinerja operasional maka dilaksanakan fungsi fungsi sebagai berikut (Handoko, 2010) :

1. *Planning* atau perencanaan
2. *Organizing* atau pengorganisasian
3. *Actuating* atau pengarahan
4. *Controlling* atau pengawasan

Salah satu kinerja yang dikatakan efektif tercapainya sebuah kinerja yang baik adalah kinerja operasional. Schroeder (1993) memaparkan bahwa pengukuran suatu kinerja yang efektif sebaiknya diperoleh dari penerapan bisnis maupun operasi yang ditunjukkan dengan biaya, kualitas, pengiriman, dan inovasi.

Pengukuran kinerja operasional dapat diukur dengan beberapa dimensi pengukuran antara lain biaya produk per unit, kualitas proses, kualitas produk, kemampuan menangani perubahan permintaan, kemampuan memenuhi perubahan selera konsumen, pengiriman tepat waktu maupun pengiriman sebelum waktu yang ditentukan (Herlambang, 2013).

2.3. Hubungan Antar Variabel

2.3.1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional

Inovasi produk dapat didefinisikan sebagai gabungan dari berbagai macam proses yang mana dapat memengaruhi dari satu dengan yang lainnya. Inovasi produk dianggap sebagai gambaran dari proses penyusunan ide baru, penemuan ide baru maupun perkembangan suatu produk (Kotler, 2007). Apabila sebuah organisasi bisnis khususnya UMKM kurang memperhatikan pengimplementasian inovasi ini maka dapat menghambat penciptaan ide inovatif khususnya dalam sisi efisiensi, efektifitas maupun biaya. Tentu dengan menerapkan inovasi produk dapat berpengaruh positif terhadap kinerja operasional dengan begitu dapat dibentuk hipotesis sebagai berikut:

H1: Inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional pada UMKM di Tasikmalaya.

2.3.2. Pengaruh Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasional

Inovasi proses didefinisikan sebagai gambaran perubahan atau cara suatu organisasi memproduksi barang maupun jasa dari sisi metode operasi dengan memproduksi teknologi baru (Leonard Barton, 1991). Inovasi proses dianggap sebagai peralatan elemen baru untuk menghasilkan suatu produk maupun layanan. Selain itu, inovasi proses dapat menjadi pendorong kinerja dengan tujuan meningkatkan kompetitif organisasi (Reichstein & Salter, 2006). Dengan menerapkan inovasi proses maka dapat menciptakan produk yang memiliki nilai unggul dan melakukan pengembangan metode proses produksi yang didorong oleh penggunaan teknologi terbaru. Dengan begitu diterapkannya inovasi proses akan berpengaruh positif terhadap kinerja operasional dan dapat dibentuk hipotesis sebagai berikut:

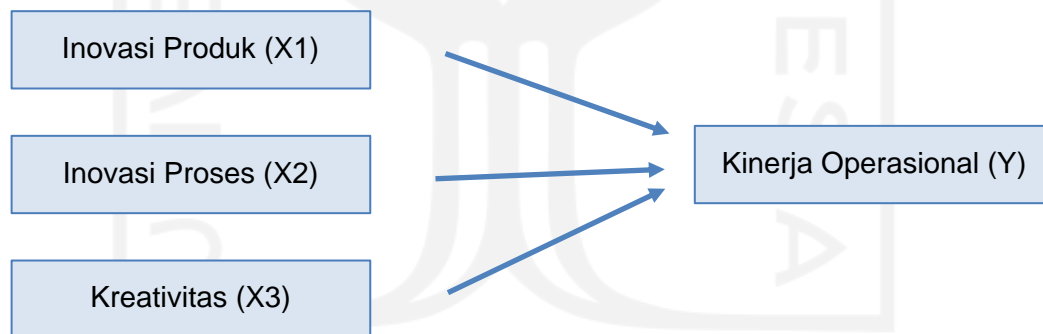
H2: Inovasi proses berpengaruh positif terhadap kinerja operasional pada UMKM di Tasikmalaya.

2.3.3. Pengaruh Kreativitas terhadap Kinerja Operasional

Kreativitas didefinisikan sebagai suatu kemampuan sesuatu pembuatan ide baru yang belum terpikirkan sebelumnya. Kreativitas dianggap sebagai penciptaan produk baru, proses baru, maupun layanan baru yang dianggap lebih baik dari sebelumnya (Cook, 1998). Dengan diterapkannya kreativitas maka menciptakan ide kreatif maupun unik yang belum terpikirkan sebelumnya akan muncul tentunya akan menciptakan nilai unggul dengan pesaing terkait dengan ide produk, proses penciptaan produk. Maka dari itu diterapkannya kreativitas dapat berpengaruh positif terhadap kinerja operasional maka dapat dibentuk hipotesis sebagai berikut:

H3: Kreativitas berpengaruh positif terhadap kinerja operasional pada UMKM di Tasikmalaya

2.4. Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Objek dalam penelitian ini dilakukan pada UMKM yang berlokasi di Kota Tasikmalaya Jawa Barat yang memproduksi produk baik barang maupun jasa.

3.2. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2007) menjelaskan bahwa variabel penelitian merupakan atribut nilai, obyek maupun kegiatan yang mana memiliki variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari. Definisi operasional variabel didalam penelitian ini dibagi menjadi dua variabel yaitu:

3.2.1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas (X) atau variabel *independent* merupakan variabel dan diduga sebagai penyebab munculnya variabel terikat dan dimanipulasi secara sistematis. Didalam penelitian ini, variabel bebas mencakup inovasi produk (X1), inovasi proses (X2), kreativitas (X3).

3.2.2. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat (Y) atau variabel *dependent* merupakan variabel yang diduga dan bervariasi mengikuti variabel bebas. Didalam penelitian ini variabel terikat yakni kinerja operasional (Y).

3.3. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat definisi disetiap variabel sebagai berikut:

3.3.1. Inovasi Produk (X1)

Inovasi produk merupakan pengembangan maupun pengenalan pada produk baru dan dikembangkan (Kotler dan Keller, 2014). Pada penelitian ini, inovasi produk merupakan variabel bebas terkait dengan hasil dari penciptaan maupun modifikasi, memperbaiki, mengembangkan produk yang telah ada sebelumnya, sehingga dalam hal ini inovasi produk lebih menekankan pada pengembangan produknya. Variabel Inovasi Produk diukur dengan indikator parameter: (1) Kelebihan produk baru, (2) Produk mudah dikenali, (3) Produk diterima oleh konsumen, (4) Pengembangan produk baru, (5) Komitmen memperkenalkan produk lebih banyak dari pesaing.

3.3.2. Inovasi Proses (X2)

Suatu elemen yang baru dan diperkenalkan pada proses operasional produk barang dan jasa merupakan inovasi proses (Damanpour, 1991). Pada penelitian ini, inovasi proses merupakan variabel bebas terkait dengan suatu bentuk yang difokuskan terhadap proses metode baru dalam pengoprasian, selain itu membentuk teknologi baru atau mengembangkan teknologi yang sudah ada sebelumnya (Leonardo Bartin, 1991). Variabel inovasi proses diukur dengan indikator parameter: (1) Pengembangan Metode, (2) Prosedur untuk menciptakan produk baru, (3) Melakukan perbaikan proses produksi, (4) Pengenalan metode baru untuk memproduksi lebih cepat dengan pesaing.

3.3.3. Kreativitas (X3)

Berpikir sesuatu yang baru dengan tujuan untuk mengembangkan kemampuan ide baru dalam menghadapi peluang merupakan kreativitas (Suryana, 2003). Pada penelitian

ini, kreativitas merupakan variabel bebas yang difokuskan terhadap suatu inisiatif pada suatu produk baik barang maupun jasa yang bermanfaat, tepat dan bernilai. Terdapat indikator yang diukur dengan parameter: (1) Keterbukaan, (2) *Unusual Observation*, (3) Penemuan dan pengembangan ide baru, (4) Keinginan kuat untuk belajar.

3.3.4. Kinerja Operasional (Y)

Kinerja operasional dapat dikatakan sebagai pelaksanaan kegiatan manajerial yang secara inti dilakukan terkait pengoperasian, pengawasan pada sistem produksi dan hasil yang nyata (Handoko, 2010). Pada penelitian ini, kinerja operasional merupakan variabel terikat fokus terhadap hasil yang nyata dan diinginkan dari perilaku. Variabel Kinerja Operasional diukur dengan indikator parameter: (1) Pertumbuhan penjualan, (2) Pertumbuhan tenaga kerja, (3) Pertumbuhan pendapatan, dan (4) Pertumbuhan pangsa pasar.

3.4. Metode Pengolahan Data

3.4.1. Jenis data yang diperlukan

4. Data Primer

Sugiyono (2014) memaparkan bahwa sumber data primer merupakan sumber data yang langsung diberikan kepada pengumpul data. Data primer ini diperoleh dari hasil kuesioner khususnya angket tertutup. Menurut Kuncoro (2009) Data primer data yang dikumpulkan dari sumber asli. Populasi didalam penelitian ini dikhususkan untuk UMKM di daerah Kota Tasikmalaya yang fokus bisnisnya pada bidang barang dan jasa dan. Menurut Suharsimi (1995) angket tertutup merupakan angket dalam bentuk

sedemikian rupa agar responden hanya mengisi dan memberikan centang pada kolom yang sudah disediakan.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2014), data sekunder merupakan data pendukung dan bersifat tidak langsung kepada pengumpul data contohnya melalui perantara orang lain maupun dokumen. Selain itu menurut Sanusi (2012) memaparkan bahwa data sekunder yaitu data yang sudah dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder ini diperoleh dari jurnal maupun skripsi penelitian terdahulu sesuai dengan permasalahan yang ada.

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui angket tertutup dengan beberapa opsi jawaban berdasarkan pada skala *Likert* 5 poin. Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa skala *likert* digunakan dengan tujuan mengukur sikap, pendapatan maupun persepsi seseorang atau sekelompok terkait dengan fenomena sosial.

Setiap jawaban diberi skor yang mana hasil skor menghasilkan skala pengukuran ordinal.

Skala *likert* menggunakan skor 5 angka antara lain:

- a. Sangat Setuju (SS) dengan memperoleh skor 5
- b. Setuju (S) dengan memperoleh skor 4
- c. Ragu Ragu (RR) dengan memperoleh skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) dengan memperoleh skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan memperoleh skor 1

Selain itu, metode penelitian dan pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode kuantitatif (statistika) dimana konsep penelitian kuantitatif diukur menggunakan teknik yang menghasilkan angka-angka (Jonker et al.,2011).

3.5. Populasi dan Sampel Penelitian

3.5.1. Populasi

Populasi merupakan seluruh data dalam suatu titik fokus yang sudah ditentukan. Keseluruhan pada objek yang terdapat pada penelitian dan terdiri dari manusia, gejala atau peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu dalam penelitian (Margono, 2010). Populasi didalam penelitian ini merupakan pengusaha UMKM yang ada di Kota Tasikmalaya. Populasi UMKM di Kota Tasikmalaya yang terdaftar adalah sebanyak 95.000 orang pengusaha (data.tasikmalayakota.go.id, Agustus 2021).

3.5.2. Sampel

Sebagian dari suatu populasi dan elemen yang akan diteliti merupakan sampel yang berfungsi dari perwakilan seluruh anggota dari populasi (Saleh & Purnomo 2013). Teknik sampling yang digunakan didalam penelitian merupakan salah satu dari teknik *non probability sampling* yaitu teknik *purposive sampling*. Menurut Sekaran dan Bougie (2013) teknik *non probability sampling* ialah teknik dalam pengambilan sampel yang mana tidak memberikan kesempatan yang sama terhadap setiap anggota yang dijadikan sampel. *Purposive sampling* merupakan pengambilan sampel yang dibatasi secara spesifik sesuai dengan kriteria penelitian (Sekaran dan Bougie, 2013).

Populasi yang tersebar di di Kota Tasikmalaya sebanyak 95.000 orang pengusaha. Menurut Sekaran (2003) penentuan sampel yang cocok bagi semua penelitian berjumlah lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 orang. Maka pada penelitian ini, peneliti pengambil sampel sebanyak 109 orang.

3.6. Uji Kelayakan Instrumen

Tujuan uji kelayakan instrumen digunakan guna mengetahui kevaliditas dan reliabel dari instrumen kuesioner penelitian ini. Untuk mengukut uji ini maka dibutuhkan uji validitas maupun uji reliabilitas.

3.6.1. Uji Validitas

Uji ini dilakukan dengan tujuan memastikan kuesioner dalam penelitian ini mampu agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan cara mengukur variabel penelitian. Arikunto (2010) memparkan bahwa dikatakan baik atau tidaknya instrumen penelitian maka ditentukan oleh validitas. Mengungkap data yang dari variabel secara tepat dan tidak menyimpang dari keadaan yang sebenarnya serta mengungkapkan data yang bisa dipercaya maka dapat dikatakan bahwa instrumen tersebut valid.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Kuesioner dikatakan reliabel apabila hasil jawaban responden terhadap pertanyaan yaitu konsisten dan stabil. Uji ini merupakan tingkat kestabilan dari suatu alat pengukut dalam mengukut dari suatu kejadian. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini digunakan alat bantu dari perangkat lunak komputer yaitu *SPSS* menggunakan model (α) *Alpha Cronbach*. Dapat dikatakan reliabel apabila variabel yang bernilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari nilai 0.6 (Sekaran, 2006).

3.7. Metode Analisis Data

3.7.1. Analisis Regeresi Linier Berganda

Dalam menyelesaikan permasalahan penelitian ini, Penelitian ini dilakukan menggunakan analisis regresi berganda (*multiple regression analysis*). Regresi dengan variabel independen yang terdiri dari dua atau lebih disebut regresi berganda. Ghozali (2005) memaparkan bahwa analisis regresi merupakan analisis mengenai ketergantungan variabel dependen (variabel terikat) dengan

variabel independen (variabel penjelas). Metode ini digunakan dikarenakan pengujian menggunakan lebih dari satu variable independen. Persamaan regresi didalam penelitian ini dengan tujuan mengetahui pengaruh variabel independen. Metode perhitungan ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi perangkat lunak SPSS 25.

Berikut merupakan persamaan uji regresi linier berganda:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kinerja Operasional

α = Konstanta

X₁ = Inovasi Produk

X₂ = Inovasi Proses

X₃ = Kreativitas

b₁,b₂,b₃ = Koefisien regresi

e = Standar Error

3.7.2. Uji F (Simultan)

Ghozali (2012) memaparkan bahwa uji F dilakukan dengan tujuan mengetahui dari variabel independen memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap variabel dependen. Gunjarati (2001) memaparkan bahwa pada dalam uji F, derajat kepercayaan pada umumnya merupakan 5%. Dengan begitu, apabila nilai F tabel hasilnya lebih kecil daripada nilai F hasil perhitungan maka hipotesis dari semua variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3.7.3. Uji T (Parsial)

Sugiyono, (2010) memaparkan bahwa dilakukannya uji T dengan tujuan mengetahui hubungan yang signifikan secara parsial antara variabel independen (inovasi produk, inovasi proses, kreativitas) dan variabel dependen (kinerja operasional). Berikut merupakan kriteria pengujian secara manual:

- H_1 ditolak apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$
- H_1 diterima apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

Selain itu, uji T bisa dibantu menggunakan perangkat lunak program komputer SPSS berikut merupakan kriteria pengujian:

- H_1 diterima apabila Sig. (probabilitas) < 0.05
- H_1 ditolak apabila Sig. (probabilitas) > 0.05

3.7.4. Uji Koefisien Korelasi

Menurut Kuncoro (2013) uji koefisien korelasi dilakukan dengan tujuan mengukur tingkat hubungan antara linier variabel independen (inovasi produk, inovasi proses, kreativitas) dan variabel dependen (kinerja operasional).

Nilai koefisien korelasi menunjukkan antara -1.00 sampai +1.00 artinya apabila nilai R mendekati angka 1.00 maka hubungan variabel independen dan variabel dependen semakin tinggi dan berlaku sebaliknya apabila nilai R mendekati angka -1.00 maka hubungan variabel independen dan variabel dependen semakin rendah.

3.7.5. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Sugiono (2018) uji koefisien determinasi dilakukan dengan tujuan mengukur dan mengetahui seberapa besar tingkat hubungan antara variabel independen dan dependen yang ditentukan sesuai dengan aturan statistik. Uji ini pun

digunakan untuk mengukur kemampuan pada model yang menerangkan variabel (Ghozali, 2005).

Nilai pada koefisien determinan berada diantara 0 (nol) dan satu (1). Dengan begitu, apabila nilai R^2 yang mendekati nol (0) maka kemampuan dari variabel independen (inovasi produk, inovasi proses, kreativitas) dalam menjelaskan ke variabel dependen (kinerja operasional) amat terbatas. Hasil nilai yang mendekati angka satu maka variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan dengan tujuan memprediksi variabel dependen.

3.7.6. Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Uji koefisien determinasi parsial (r^2) dilakukan dengan tujuan mengukur dan mengetahui seberapa besar sumbangan pada variabel independen (inovasi produk, inovasi proses, kreativitas) secara parsial atau secara masing masing.

3.7.7. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan tujuan memperoleh hasil yang akurat pada analisis regresi berganda (Ghozali, 2018). Pengujian pada asumsi klasik terdiri dari:

1. Uji Normalitas

Model analisis regresi dapat dikatakan baik apabila berdistribusi normal atau mendekati normal. Menurut Ghozali (2018) uji normalitas digunakan untuk memberikan informasi terkait dengan kenormalan antar variabel independen (inovasi produk, inovasi proses, kreativitas) dan variabel dependen (kinerja operasional).

Pada penelitian ini alat yang digunakan untuk menguji normalitas menggunakan *alpha* pada *Kolmogorov-Smirnov* pada SPSS versi 25. Apabila diperoleh nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka data dapat dianggap normal dan berlaku sebaliknya apabila diperoleh nilai kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data tidak normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018) uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan menganalisis model regresi apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (inovasi produk, inovasi proses, kreativitas) dan variabel dependen (kinerja operasional).

Nilai pada *tolerance value* atau *variance inflation factor (VIF)* dapat dilihat sebagai acuan untuk mengetahui hubungan multikolinearitas dalam model regresi. Berikut ini merupakan dasar acuan:

- Apabila nilai *tolerance* $> 0,1$ dan *VIF* < 10 , dapat dianggap bahwa tidak adana multikolinearitas pada variabel independen dalam regresi.
- Apabila nilai *tolerance* $< 0,1$ dan *VIF* > 10 , dapat dianggap bahwa adanya multikolinearitas pada variabel independen dalam regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011) uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan menganalisis pada model regresi apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari beberapa pengamatan. Menurut Iyan Andriana (2017)

apabila heteroskedastisitas ini terjadi maka data tidak menjadi efisien dan dapat dianggap data menjadi kurang akurat ataupun melebihi dari semestinya.

Pada penelitian ini pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan dasar acuan berikut ini:

- Apabila titik titik ditemukan membentuk pola yang teratur seperti pola melebar, bergelombang maupun menyempit maka ditemukan heteroskedastisitas.
- Apabila titik titik ditemukan menyebar baik dibawah maupun diatas angka nol (0) pada sumbu Y maka tidak ditemukan heteroskedastisitas.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan hasil dari penelitian terkait dengan pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap kinerja operasional pada UMKM di Kota Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari hasil jawaban responden melalui kuesioner yang disebarkan kepada kelompok paguyuban bisnis UMKM Kota Tasikmalaya.

Hasil yang diperoleh dari responden ini akan menjadi referensi maupun informasi untuk memecahkan permasalahan sebelumnya. Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan teknik Analisis Regresi Berganda sesuai dengan permasalahan maupun perumusan model yang telah dipaparkan sebelumnya.

4.1. Gambaran Umum Responden

Kriteria responden yang dituju merupakan pemilik atau pemimpin UMKM yang memproduksi maupun menjual produk baik berupa barang maupun jasa yang berada di wilayah Kota Tasikmalaya. Karakteristik responden disajikan dan dikelompokkan berdasarkan data pertanyaan kuesioner yang telah ditentukan sebelumnya diantaranya responden berdasarkan jenis kelamin, tingkat usia, tingkat pendidikan, waktu lamanya usaha didirikan dan jenis produk yang dijual.

4.1.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil kuesioner yang disebarkan kepada 109 orang responden diperoleh data mengenai jenis kelamin responden. Berikut hasil kategori responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1	Laki Laki	32 orang	29%
2	Perempuan	77 orang	71%
Total		109 orang	100%

Sumber: Olah Data Penelitian (2021)

Responden dibedakan menjadi kategori laki laki dan perempuan. Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini menghasilkan data responden laki laki sebanyak 32 orang atau 29% dari jumlah total dan data responden perempuan sebanyak 77 orang atau 71%. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini sebagian besar adalah perempuan dengan jumlah 71%.

4.1.2. Responden berdasarkan tingkat usia

Hasil kuesioner yang disebarkan kepada 109 orang responden didapatkan tentang data tingkat usia responden. Berikut hasil kategori responden berdasarkan tingkat usia responden ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2 Kategori Responden Berdasarkan Tingkat Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	<20 tahun	8 orang	7%
2	21-30 tahun	33 orang	30%
3	31-40 tahun	26 orang	24%
4	41-50 tahun	25 orang	23%
5	>50 tahun	17 orang	16%
Total		109 orang	100%

Sumber: Olah Data Penelitian (2021)

Berdasarkan tabel diatas didapatkan data antara lain umur kurang dari 20 tahun sebanyak 8 orang atau 7%, umur 21 sampai 30 tahun sebanyak 33 orang atau 30%, umur 31 sampai 40 tahun sebanyak 26 orang atau 24%, umur 41 sampai 50 tahun sebanyak 25 orang atau 23%, dan umur yang lebih dari 50 tahun sebanyak 17 orang atau 16%. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini sebagian besar adalah rentang usia 21 sampai 30 tahun sebanyak 33 orang atau 30% dari total responden.

4.1.3. Responden berdasarkan tingkat pendidikan

Hasil kuesioner yang diberikan kepada 109 orang responden diperoleh data terkait tingkat pendidikan terakhir responden. Berikut hasil data kategori responden berdasarkan tingkat pendidikan dijabarkan pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SMA/Sederajat	35 orang	32%
2	Diploma 1-3	36 orang	33%
3	Sarjana S1/D4	38 orang	35%
Total		109 orang	100%

Sumber: Olah Data Penelitian (2021)

Pendidikan merupakan salah satu tolak ukur untuk mengukur tingkat intelektual. Tingginya pendidikan yang dimiliki maka semakin tinggi pula intelektual seseorang. Responden dikategorikan menjadi empat latar belakang tingkat pendidikan terakhir, mulai dari pendidikan terakhir SMA/Sederajat sampai dengan Sarjana. Berdasarkan tabel diatas maka didapatkan data antara lain jumlah responden berpendidikan terakhir SMA sebanyak 35 orang atau 32%, berpendidikan Diploma 1 sampai Diploma 3 sebanyak 36 orang atau 33%, dan berpendidikan Sarjana S1 sebanyak 38 orang atau 35%. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini sebagian besar adalah rentang berpendidikan terakhir Diploma 1 sampai Diploma 3 sebanyak 36 orang atau 33% dari jumlah responden.

4.1.4. Responden berdasarkan lama usaha

Hasil kuesioner yang diberikan kepada 109 orang responden didapatkan data tentang lama usaha yang responden jalankan. Berikut hasil data dijabarkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Lama Usaha

No	Lama Usaha	Frekuensi	Persentase
1	<1 tahun	19 orang	17%
2	1-5 tahun	69 orang	63%
3	6-10 tahun	11 orang	10%
4	>10 tahun	10 orang	9%
Total		109 orang	100%

Sumber: Olah Data Penelitian (2021)

Responden dikategorikan menjadi empat kategori mulai dari responden yang menekuni usahanya kurang dari 1 tahun sampai dengan lebih dari 10 tahun. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui antara lain responden yang menekuni usahanya kurang dari 1 tahun sebanyak 19 orang atau 17%, menekuni 1 sampai 5 tahun sebanyak 69 orang atau 63%, menekuni 6 sampai 10 tahun sebanyak 11 orang atau 10%, dan menekuni lebih dari 10 tahun sebanyak 10 orang atau 9%. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini ditemukan responden yang menekuni usahanya sebagian besar adalah berumur 1 sampai 5 tahun atau sebanyak 69 orang atau 63% dari jumlah total.

4.1.5. Responden berdasarkan jenis produk yang dijual.

Hasil kuesioner yang disebarkan kepada 109 orang responden diperoleh data terkait jenis produk yang dijual. Berikut hasil kategori berdasarkan jenis produk yang dijual dijabarkan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Jenis Produk yang Dijual

No	Jenis Produk	Frekuensi	Presentase (%)
1	Barang	95 orang	87%
2	Jasa	14 orang	13%
Total		109 orang	100%

Didalam bisnis produk merupakan sesuatu yang dapat dijualbelikan. Produk dikelompokkan menjadi dua kategori yaitu produk barang dan produk jasa. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang menjual produk barang adalah sebanyak 95 orang atau 87%, sedangkan responden yang menjual produk jasa sebanyak 14 orang atau 13%. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini sebagian besar responden menjual produk barang sebanyak 95 orang atau 87% dari total responden.

4.2. Hasil Analisis Deskriptif Variabel

Kuesioner yang telah disusun disebarkan kepada responden yang sesuai dengan kriteria yaitu pemilik atau pemimpin UMKM yang menjual maupun memproduksi produk dan berada di wilayah Kota Tasikmalaya. Deskripsi jawaban dari responden digunakan sebagai landasan peneliti untuk memperoleh tanggapan terhadap dimensi variabel inovasi produk, inovasi proses, kreativitas dan kinerja operasional. Data yang diperoleh peneliti dikumpulkan, direkapitulasi dan dianalisis dengan tujuan mengetahui hasil deskriptif dari masing masing variabel yang telah ditentukan. Pengukuran ini didasari sesuai dengan kriteria interval berikut ini :

$$\text{Interval} = \frac{(5-1)}{5} = 0,8$$

Skor terendah adalah : 1

Skor tertinggi adalah : 5

Dengan begitu didapatkan batasan penilaian pada masing masing variabel. Dalam perhitungan tersebut menggunakan nilai terendah dan tertinggi yang diperoleh dari skala *likert* dibawah ini:

1,00 – 1,80 = Sangat tidak setuju

1,81 – 2,60 = Tidak setuju

2,61 – 3,40 = Netral

3,41 – 4,20 = Setuju

4,21 – 5,00 = Sangat setuju

4.3. Uji Instrumen

4.3.1. Hasil Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2006) uji validitas merupakan suatu pengujian dilakukan terhadap *content* dari instrumen, tujuannya adalah mengukur dari ketepatan suatu instrumen yang ditetapkan pada suatu penelitian. Pada pengujian validitas digunakan untuk mengukur tingkat validitas data dari kuesioner yang telah disusun oleh peneliti. Dalam pengujian validitas digunakan perangkat lunak pembantu yaitu SPSS versi 25. Pengujian ini dilakukan memakai teknik *Pearson Correlation*.

Indikator pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar daripada nilai r_{tabel} dan berlaku sebaliknya. Nilai r_{tabel} yang ditetapkan mengikuti *df* atau *degree of freedom* dengan rumus $df = n - k$ (dimana n adalah jumlah observasi dan k adalah jumlah variabel bebas). Pada penelitian ini diketahui bahwa n berjumlah 109 dan k berjumlah 3, maka ($df = 109-3$) hasilnya 106, dalam penelitian ini menggunakan hipotesis dua arah dan menggunakan signifikansi 5% maka diperoleh nilai r_{tabel} 0,189. yang dipaparkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6 Uji Validitas

Variabel	Indikator	R_{hitung}	R_{tabel}	Hasil
Inovasi Produk (X1)	1	0,618	0,189	Valid
	2	0,263	0,189	Valid
	3	0,741	0,189	Valid
	4	0,550	0,189	Valid
	5	0,308	0,189	Valid
Inovasi Proses (X2)	1	0,584	0,189	Valid
	2	0,304	0,189	Valid
	3	0,608	0,189	Valid
	4	0,478	0,189	Valid
	5	0,310	0,189	Valid
Kreativitas (X3)	1	0,614	0,189	Valid
	2	0,380	0,189	Valid
	3	0,647	0,189	Valid
	4	0,637	0,189	Valid
	5	0,559	0,189	Valid
Kinerja Operasional (Y)	1	0,688	0,189	Valid
	2	0,370	0,189	Valid
	3	0,776	0,189	Valid
	4	0,681	0,189	Valid
	5	0,582	0,189	Valid

Sumber: SPSS versi 25 (2021)

Berdasarkan tabel diatas telah diperoleh nilai r_{hitung} dari semua indikator. Hasilnya nilai r_{hitung} lebih besar daripada nilai r_{tabel} artinya disetiap indikator instrumen penelitian ini dinyatakan valid. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi produk, inovasi proses, kreativitas dan kinerja operasional saling berhubungan sehingga indikator pertanyaan yang disebarakan pada kuesioner dapat digunakan untuk penelitian.

4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2005) reliabilitas merupakan alat ukur yang terkonsistensi dan dapat diukur kembali secara berulang. Hasil jawaban setuju koefisien reliabilitas berpengaruh pada reliabel jawaban dari responden. Dalam pengujian ini menggunakan uji statistik nilai *Alpha Cronbach* (α) dibantu menggunakan *software* SPSS versi 25. Pengujian dilakukan dengan ketentuan batasan nilai 0.6 atau 60% apabila nilai *Alpha Cronbach* (α) memiliki nilai lebih dari 0,6 maka dinyatakan *reliabel* dan berlaku sebaliknya. Berikut dipaparkan secara lengkap pada tabel dibawah ini:

Table 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha Cronbach (α)	Hasil
Inovasi Produk (X1)	0,829	Reliabel
Inovasi Proses (X2)	0,858	Reliabel
Kreativitas (X3)	0,864	Reliabel
Kinerja Operasional (Y)	0,774	Reliabel

Sumber: SPSS versi 25 (2021)

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil dari nilai *Alpha Cronbach* (α). Pada masing masing variabel yang terdiri dari inovasi produk, inovasi proses, kreativitas, dan

kinerja operasional telah menunjukkan nilai diatas 0,6. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian ini dinyatakan reliabel artinya kuesioner bisa digunakan untuk melanjutkan penelitian berikutnya.

4.4. Analisis Penilaian Responden

Analisis penilaian dari responden dalam penelitian ini antara lain variabel inovasi produk, inovasi proses, kreativitas dan kinerja operasional.

4.4.1. Analisis Penilaian Responden terhadap variabel Inovasi Produk

Berikut merupakan hasil dari penilaian responden terhadap variabel inovasi produk yang akan dipaparkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.8 Analisis Responden terhadap Variabel Inovasi Produk

No	Indikator	Mean	Keterangan
1	Kami selalu menciptakan keunggulan pada produk baru.	4,66	Sangat Inovatif
2	Produk baru mampu dikenali dengan mudah oleh konsumen.	4,40	Sangat Inovatif
3	Produk baru mampu diterima dengan mudah oleh konsumen.	4,65	Sangat Inovatif
4	Produk lama selalu diperbaharui mengikuti perkembangan tren zaman.	4,74	Sangat Inovatif
5	Berkomitmen untuk menciptakan produk lebih banyak dari pesaing.	4,48	Sangat Inovatif
Rata Rata Keseluruhan		4,66	Sangat Inovatif

Sumber: Olah Data Penelitian (2021)

Hasil kuesioner yang disebarkan kepada 109 orang responden didapatkan keterangan dan menghasilkan rata rata keseluruhan skor 4,66 yaitu sangat setuju terhadap variabel inovasi produk. Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi produk memiliki peranan yang tinggi terhadap kinerja operasional. Skor rata-rata

tertinggi pada variabel ini adalah pada indikator UMKM memperbaharui produk mengikuti perkembangan tren zaman dengan skor rata-rata 4,74 dan skor rata-rata terendah adalah pada indikator produk baru UMKM mampu dikenali dengan mudah oleh konsumen dengan skor rata-rata 4,40. Dengan begitu, dapat diketahui bahwa UMKM di Kota Tasikmalaya cenderung selalu memperbaharui produk mengikuti perkembangan tren zaman.

4.4.2. Analisis Penilaian Responden terhadap variabel Inovasi Proses

Hasil dari penilaian responden terhadap variabel inovasi proses dipaparkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.9 Analisis Responden Terhadap Variabel Inovasi Proses

No	Indikator	Mean	Keterangan
1	Perusahaan sering melakukan pengembangan metode pembuatan produk baru.	4,72	Sangat Inovatif
2	Perusahaan sering melakukan prosedur untuk menciptakan produk baru.	4,49	Sangat Inovatif
3	Perusahaan selalu melakukan perbaikan proses produksi.	4,72	Sangat Inovatif
4	Perusahaan selalu melakukan metode baru untuk memproduksi lebih cepat dari pesaing.	4,77	Sangat Inovatif
5	Perusahaan selalu melakukan pembaruan teknologi saat proses produksi.	4,53	Sangat Inovatif
Rata Rata Keseluruhan		4,65	Sangat Inovatif

Sumber: Olah Data Penelitian (2021)

Kuesioner yang disebarkan kepada 109 orang responden diperoleh jawaban dan menghasilkan rata-rata keseluruhan skor nilai 4,65 yaitu sangat setuju terhadap variabel inovasi proses. Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel inovasi proses memiliki peranan terhadap kinerja operasional. Skor rata-rata tertinggi pada variabel ini menunjukkan skor 4,77 pada indikator UMKM sering melakukan metode baru untuk memproduksi lebih cepat

dari pesaing sedangkan skor rata-rata terendah pada variabel ini bernilai 4,49 pada indikator UMKM melakukan prosedur untuk menciptakan produk baru. Dengan begitu dapat dianggap bahwa pemilik maupun pemimpin UMKM di Kota Tasikmalaya cenderung melakukan metode baru untuk memproduksi lebih cepat dari pesaing.

4.4.3. Analisis Penilaian Responden terhadap variabel Kreativitas

Hasil dari penilaian responden terhadap variabel kreativitas dipaparkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.10 Analisis Responden Terhadap Variabel Kreativitas

No	Indikator	Mean	Keterangan
1	Perusahaan selalu menciptakan ide secara terbuka.	4,50	Sangat Kreatif
2	Perusahaan selalu mempunyai ide unik untuk mengembangkan usahanya.	4,72	Sangat Kreatif
3	Ide yang dikembangkan perusahaan selalu mengikuti perkembangan zaman.	4,80	Sangat Kreatif
4	Perusahaan memiliki keinginan yang kuat dalam mengembangkan usahanya.	4,71	Sangat Kreatif
5	Perusahaan selalu melakukan riset untuk pengembangan ide baru.	4,59	Sangat Kreatif
Rata Rata Keseluruhan		4,54	Sangat Kreatif

Sumber: Olah Data Penelitian (2021)

Jawaban yang diperoleh peneliti pada kuesioner yang disebarkan pada 109 orang responden menghasilkan rata-rata keseluruhan skor 4,54 artinya responden sangat setuju terhadap variabel kreativitas. Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kreativitas memiliki peranan terhadap kinerja operasional. Skor rata-rata tertinggi pada variabel ini adalah pada indikator UMKM mengembangkan ide perusahaan selalu mengikuti perkembangan zaman dengan rata-rata skor 4,80 sedangkan skor rata-rata

terendah pada variabel ini adalah pada indikator UMKM selalu menciptakan ide secara terbuka dengan rata-rata skor 4,50. Dengan begitu dapat dianggap bahwa UMKM di Kota Tasikmalaya cenderung mengembangkan ide berdasarkan perkembangan zaman.

4.4.4. Analisis Penilaian Responden terhadap variabel Kinerja Operasional

Hasil dari penilaian responden terhadap variabel kinerja operasional dipaparkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11 Analisis Responden Terhadap Variabel Kinerja Operasional

No	Indikator	Mean	Keterangan
1	Pertumbuhan penjualan sesuai dengan target yang ditentukan.	4,56	Sangat Berkinerja
2	Keahlian tenaga kerja sesuai dengan yang diharapkan.	4,44	Sangat Berkinerja
3	Laba yang didapatkan perusahaan melebihi target yang telah ditentukan.	4,70	Sangat Berkinerja
4	Kapasitas produksi perusahaan mengalami peningkatan.	4,56	Sangat Berkinerja
5	Pertumbuhan pangsa pasar perusahaan semakin meningkat.	4,44	Sangat Berkinerja
Rata Rata Keseluruhan		4,70	Sangat Berkinerja

Sumber: Olah Data Penelitian (2021)

Kuesioner yang disebarkan kepada 109 orang responden diperoleh jawaban dan menghasilkan rata-rata keseluruhan skor nilai 4,70 yaitu sangat setuju terhadap variabel kinerja operasional. Penilaian tertinggi pada indikator laba yang didapatkan perusahaan melebihi target yang telah ditentukan diperoleh skor rata-rata 4,70 sedangkan penilaian terendah pada indikator keahlian tenaga kerja sesuai dengan yang diharapkan diperoleh dan pertumbuhan pangsa pasar perusahaan semakin meningkat. skor rata-rata 4,44. Dengan

begitu dapat dianggap bahwa pertumbuhan penjualan pada UMKM di Kota Tasikmalaya secara umum laba yang didapatkan perusahaan melebihi target yang telah ditentukan

4.5. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2017) analisis regresi berganda digunakan apabila peneliti ingin memprediksi keadaan naik turunnya variabel dependen, bila beberapa variabel independen sebagai faktor prediktor nilainya dimanipulasi. Regresi linear berganda dapat dilakukan jika jumlah dari variabel independen berjumlah minimal dua variabel. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas antara lain inovasi produk (X1), inovasi proses (X2), kreativitas (X3) terhadap kinerja operasional (Y). Berikut merupakan hasil perhitungan regresi berganda dengan bantuan *software* SPSS pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.431	.077		5.602	.000
	Inovasi Produk (X1)	.182	.051	.189	3.563	.001
	Inovasi Proses (X2)	.141	.046	.153	3.063	.003
	Kreativitas (X3)	.474	.027	.725	17.511	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Operasional_(Y)

Sumber: SPSS versi 25 (2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil persamaan regresi linier berganda diperoleh konstanta sebesar 0,431 sedangkan variabel inovasi produk diperoleh koefisien sebesar 0,189 variabel inovasi proses sebesar 0,153 dan variabel kreativitas sebesar 0,725 sehingga model persamaan regresi berganda didapatkan sebagai berikut:

$$Y = 0,431 + 0,189X_1 + 0,153X_2 + 0,725X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda diatas diperoleh bahwa adanya hubungan positif antara masing masing variabel independen yaitu inovasi produk (X₁), inovasi proses (X₂)

dan kreativitas (X_3) terhadap kinerja operasional (Y) sehingga persamaan tersebut dapat disimpulkan antara lain:

- Konstanta sebesar 0,431 artinya saat usaha tidak memiliki inovasi produk, inovasi proses dan kreativitas maka kinerja operasional sebesar 0,431. Kondisi ini disebabkan karena pasar memerlukan berbagai inovasi produk yang berbeda dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- Koefisien regresi X_1 yaitu variabel inovasi produk sebesar 0,189 artinya apabila variabel inovasi produk bertambah satu poin maka terjadi kenaikan dalam kinerja operasional sebesar 0,189 dengan asumsi variabel inovasi proses (X_2) dan kreativitas (X_3) tetap. Koefisien ini diketahui bernilai positif maka inovasi produk memiliki dampak dan pengaruh secara positif bagi variabel kinerja operasional.
- Nilai koefisien regresi X_2 yaitu variabel inovasi proses sebesar 0,153 artinya jika variabel inovasi proses bertambah satu poin maka akan diperoleh peningkatan dalam kinerja operasional sebesar 0,153 dengan catatan variabel lainnya yaitu inovasi produk (X_1) dan kreativitas (X_3) tidak berubah. Diketahui bahwa koefisien ini bernilai positif maka inovasi proses berpengaruh positif terhadap variabel kinerja operasional.
- Diketahui koefisien regresi X_3 yaitu variabel kreativitas sebesar 0,725. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa jika variabel kreativitas naik sebesar satu poin akan terjadi kenaikan dalam kinerja operasional dengan nilai 0,725. Dengan asumsi variabel lainnya yaitu inovasi produk (X_1) dan inovasi proses (X_2) tidak bertambah. Koefisien ini diketahui bernilai positif maka kreativitas berdampak positif terhadap kinerja operasional.

4.6. Pengujian Hipotesis

4.6.1. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan mengetahui dan menguji variabel independen memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Variabel independen terdiri dari inovasi produk, inovasi proses dan kreativitas. Berikut merupakan hasil uji f pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.13 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.221	3	.407	241.275	.000 ^b
	Residual	.177	105	.002		
	Total	1.398	108			

a. Dependent Variable: Kinerja Operasional (Y)
 b. Predictors: (Constant), Kreativitas_X3, Inovasi Proses_X2, Inovasi Produk_X1

Sumber: SPSS versi 25 (2021)

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai F memiliki nilai sebesar 241.275 dan diperoleh nilai signifikansi 0.000. Signifikansi menunjukkan bahwa nilai lebih kecil dari tingkat signifikan 0,05 ($0,00 < 0,05$) maka H_1 diterima. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi produk, inovasi proses dan kreativitas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kinerja operasional.

4.6.2. Uji T (Parsial)

Pada bagian uji t atau uji parsial merupakan seberapa jauh pengaruh atau adanya pengaruh pada variabel independen terhadap variabel dependen artinya uji t menerangkan adanya pengaruh inovasi produk, inovasi proses, kreativitas terhadap kinerja operasional. Berikut merupakan hasil uji t yang dipaparkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.14 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.431	.077	5.602	.000	
	Inovasi Produk (X1)	.182	.051	.189	3.563	.001
	Inovasi Proses (X2)	.141	.046	.153	3.063	.003
	Kreativitas (X3)	.474	.027	.725	17.511	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Operasional_(Y)

Sumber: SPSS versi 25 (2021)

Berdasarkan hasil dari tabel diatas menunjukkan diketahui ada tiga variabel independen yang telah diuji secara parsial antara lain:

- Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional

Tabel diatas menunjukkan nilai skor pengaruh sebesar 0,182 dan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001. Nilai signifikansi menunjukkan nilai lebih kecil dari tingkat signifikan 0,05 ($0,01 < 0,05$) maka H_1 diterima. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari inovasi produk terhadap kinerja operasional.

- Pengaruh Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasional

Dari tabel diatas diketahui terdapat nilai pengaruh dengan skor 0,141 dan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,003. Signifikansi diketahui lebih besar dari tingkat signifikan 0,05 ($0,003 < 0,05$) maka H_1 diterima artinya inovasi proses berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja operasional.

- Pengaruh Kreativitas terhadap Kinerja Operasional

Berdasarkan paparan tabel diatas terdapat nilai pengaruh sebesar 0,474 dan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi menunjukkan nilai lebih besar dari tingkat signifikan 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_1 diterima artinya kreativitas berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja operasional.

4.6.3. Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Koefisien korelasi merupakan nilai kekuatan hubungan linier antara beberapa variabel. Pada penelitian ini koefisien korelasi dianalisis dengan tujuan mengetahui hubungan antara variabel inovasi produk, inovasi proses, dan kreativitas terhadap kinerja operasional sedangkan koefisien determinasi dapat diartikan sebagai seberapa besar kemampuan seluruh variabel bebas dalam varian dari variabel terikat. Koefisien determinasi ditentukan dengan mengkuadratkan koefisien korelasi. Koefisien determinasi dianalisis dengan tujuan menghitung kontribusi dari variabel independen antara lain inovasi produk, inovasi proses dan kreativitas. Berikut merupakan tabel dari hasil analisis:

Tabel 4.15 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.935 ^a	.873	.870	.04108

a. Predictors: (Constant), Kreativitas (Y), Inovasi Proses (X2), Inovasi Produk X1

Dari perhitungan yang ditunjukkan pada tabel diatas maka didapatkan nilai R sebesar 0,935. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi produk, inovasi proses dan kreativitas berkorelasi secara bersama-sama sebesar 93.5% terhadap kinerja operasional.

Selain itu, berdasarkan tabel diatas ditemukan nilai *adjusted R square* (R^2) sebesar 0,870. Nilai ini menunjukkan besarnya peran pada variabel inovasi produk, inovasi proses dan kreativitas sebesar 87%. Sedangkan sisanya yaitu 13% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar dari tiga variabel diatas.

4.6.4. Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Pada uji koefisien determinasi parsial dianalisis dengan tujuan mengukur faktor yang berpengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil nilai r^2 terbesar menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh paling besar terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan koefisien determinasi parsial dipaparkan menggunakan referensi data dari *standarized coefficient*, *koefisien korelasi* dan *r square* sebagai berikut:

Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi Parsial

Variabel	Standarized Coefficient (Beta)	Koefisien Korelasi	R Square
Inovasi Produk (X1)	0,189	0,687	0,873
Inovasi Proses (X2)	0,153	0,616	
Kreativitas (X3)	0,725	0,895	

Sumber: Olah Data (2021)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas dapat diketahui besarnya sumbangan relatif dan sumbangan efektif pada masing masing variabel tabel independen terhadap variabel dependen. Nilai sumbangan efektif dan sumbangan relatif diketahui dengan cara mengalikan nilai antara *Standardized Coefficient (Beta)* yang diperoleh dari tabel *Coefficient* dan Koefisien Korelasi yang diperoleh dari tabel *Correlations* pada SPSS.

Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Sumbanga Efektif dan Sumbangan Relatif

Variabel	Sumbangan Efektif (SE)	Sumbangan Realtif (SR)
Inovasi Produk (X1)	12,98%	14,87%
Inovasi Proses (X2)	9,42%	10,80%
Kreativitas (X3)	64,89%	74,33%
Total	87,3%	100%

Sumber: Olah Data (2021)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa inovasi produk memberikan sumbangan efektif (SE) sebesar 12,98% dan sumbangan relatif (SR) sebesar 14,87%, inovasi proses menghasilkan SE sebesar 9,42% dan SR 10,80% dan kreativitas menghasilkan SE sebesar 64,89% dan SR 74,33%. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa koefisien determinasi parsial (r^2) ditunjukkan pada hasil skor terbesar yaitu variabel kreativitas dengan nilai sumbangan efektif sebesar 64,89% dan sumbangan relatif 74,33%.

4.7. Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini dilakukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik adalah prasyarat analisis regresi linier berganda dengan tujuan penaksiran parameter regresi tidak bias. Uji asumsi klasik

meliputi antara lain uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Berikut merupakan hasil uji asumsi klasik:

4.7.1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas menggunakan data dari uji *Kolmogorov-Smirnov*. Uji normalitas digunakan dengan tujuan menguji model pada regresi dan normalnya variabel dependen atau independen. Regresi dikatakan baik apabila memiliki distribusi normal maupun mendekati normal. Berikut merupakan hasil dari uji normalitas dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4.18 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		109	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.04050215	
Most Extreme Differences	Absolute	.125	
	Positive	.125	
	Negative	-.124	
Test Statistic		.125	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.065 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.058
		Upper Bound	.071
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

Sumber: SPSS versi 25 (2021)

Berdasarkan analisis yang terdapat pada tabel diatas maka didapatkan *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* dengan nilai 0,065. Nilai *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* diketahui lebih besar dari tingkat signifikan 0,05 (5%) ($0,065 > 0,05$). Dengan begitu data terdistribusi normal.

4.7.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan membuktikan adanya variabel bebas yang berkorelasi secara linier. Menurut Ghazali (2005) uji ini dianalisis berdasarkan *tolerance value* dan besarnya VIF (*Variance Inflation Factor*). Apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 atau kurang dari 1 dan VIF menunjukkan kurang dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas. Berikut merupakan hasil dari uji multikolinearitas dipaparkan pada tabel berikut:

Tabel 4.19 Uji Multikolonieritas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.431	.077		5.602	.000		
	SQRT_X1	.182	.051	.189	3.563	.001	.431	2.320
	SQRT_X2	.141	.046	.153	3.063	.003	.481	2.080
	SQRT_X3	.474	.027	.725	17.511	.000	.704	1.421

a. Dependent Variable: SQRT_Y

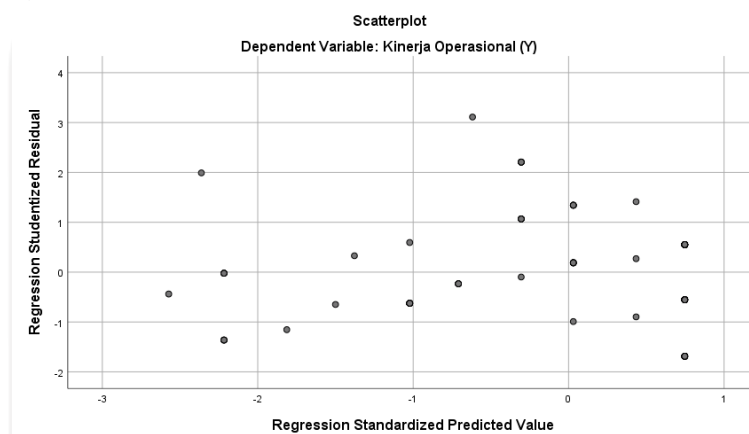
Sumber: SPSS versi 25 (2021)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas didapatkan nilai VIF atau *Variance Inflation Factor* kurang dari 10. Nilai VIF dari variabel inovasi produk sebesar 2,320; variabel inovasi proses sebesar 2,080; dan variabel kreativitas sebesar 1,421. Nilai *tolerance* didapatkan dari variabel inovasi produk sebesar 0,431; variabel inovasi proses sebesar 0,481 dan variabel kreativitas sebesar 0,740. Nilai *tolerance* yang didapatkan lebih besar dari 0,1 atau kurang dari 1. Dari data tersebut, nilai yang didapatkan dari VIF dan *tolerance* dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terdapat multikolinearitas dan telah memenuhi syarat dari pengujian asumsi klasik.

4.7.3. Uji Heteroskedastisitas

Pada uji heteroskedastisitas dianalisis dengan tujuan menguji ketidaksamaan varian dari *error* bagi semua pengamatan disetiap variabel bebas pada model regresi. Uji heteroskedastisitas dianalisis menggunakan metode dari diagram *scatterplot*. Berikut merupakan diagram ditunjukkan dibawah ini:

Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: SPSS (2021)

Dari diagram diatas yaitu *scatter plot* dapat dilihat beberapa titik yang menyebar acak. Pola titik menyebar keatas sumbu Y di angka 0 (nol) maupun menyebar kebawah angka 0 (nol). Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi di penelitian ini.

4.8. Pembahasan

4.8.1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional

Berdasarkan hasil analisis pada regresi linear berganda diperoleh koefisien X_1 variabel inovasi produk menunjukkan nilai 0,189 dengan taraf signifikansi 0,001 pada tingkat $\alpha = 0,05$ atau 5%.

Jika inovasi produk menunjukkan nilai yang tinggi maka akan semakin signifikan pada kinerja operasional. Menurut Damanpour (1991) memaparkan bahwa inovasi produk

merupakan produk baru yang diperkenalkan ke pasar dengan tujuan memuaskan kebutuhan pasar dan menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Diimplementasikannya inovasi produk maka dapat menciptakan keuntungan dan akan mempengaruhi kinerja operasional pada UMKM di Kota Tasikmalaya.

Berdasarkan analisis deskriptif diperoleh data bahwa skor rata-rata tertinggi pada variabel ini adalah pada indikator UMKM memperbaharui produk mengikuti perkembangan tren zaman. Dengan begitu, dapat diketahui bahwa UMKM di Kota Tasikmalaya cenderung selalu berinovasi dan memperbaharui produk mengikuti perkembangan tren zaman.

Dari beberapa peneliti sebelumnya, hasil analisis tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rita (2010) menganalisis pengaruh strategi inovasi terhadap kinerja operasional perusahaan manufaktur di Sulawesi. Pada penelitian ini diperoleh uji signifikansi dengan hasil 0,000 artinya bahwa inovasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja operasional pada perusahaan manufaktur. Selain itu, hasil tersebut selaras dengan peneliti yang dilakukan oleh Evant Andi Aenurohman (2020) menganalisis dampak kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja UKM di Kota Semarang. Penelitian ini diperoleh uji signifikansi sebesar 0,000. Dengan begitu variabel inovasi produk terhadap kinerja UKM berpengaruh secara signifikan dan positif.

Berdasarkan hasil analisis dan perolehan data tersebut maka dapat dikatakan bahwa pada penelitian ini, inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional pada UMKM di Kota Tasikmalaya.

4.8.2. Pengaruh Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasional

Berdasarkan hasil uraian pada regresi linear berganda didapatkan koefisien X_2 variabel inovasi proses diperoleh nilai 0,153 dengan taraf signifikansi 0,003 pada tingkat $\alpha = 0,05$ atau 5%.

Jika inovasi proses menunjukkan nilai yang tinggi maka akan semakin signifikan pada kinerja operasional. Inovasi proses dapat dikatakan sebagai gambaran perubahan atau cara suatu organisasi memproduksi barang dengan memproduksi teknologi baru (Leonard Barton, 1991). Dengan menerapkan inovasi proses maka dapat menciptakan produk yang memiliki nilai unggul dan akan menciptakan kinerja operasional yang baik pada UMKM di Kota Tasikmalaya.

Berdasarkan analisis deskriptif diperoleh data skor tertinggi dari indikator variabel inovasi proses yaitu UMKM sering melakukan metode baru untuk memproduksi lebih cepat dari pesaing. Dapat dianggap bahwa pemilik maupun pemimpin UMKM di Kota Tasikmalaya cenderung melakukan metode baru untuk memproduksi lebih cepat dari pesaing.

Hasil tersebut sesuai dengan beberapa peneliti sebelumnya dilakukan oleh Rita (2010) meneliti pengaruh strategi inovasi terhadap kinerja operasional perusahaan manufaktur di Sulawesi. Pada penelitian ini diperoleh uji signifikansi sebesar 0,000 artinya bahwa inovasi proses berpengaruh secara positif terhadap kinerja operasional pada perusahaan manufaktur. Selain itu, hasil tersebut selaras dengan peneliti yang dilakukan oleh Siti Fitria Fahmila (2018) menganalisis pengaruh antara variabel inovasi produk dan inovasi proses terhadap kinerja operasional pada UKM di Yogyakarta. Pada penelitian ini didapatkan uji signifikansi sebesar 0,004. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa inovasi proses berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UKM di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil analisis dan perolehan data tersebut maka dapat dikatakan bahwa pada penelitian ini, inovasi proses berpengaruh positif terhadap kinerja operasional pada UMKM di Kota Tasikmalaya.

4.8.3. Pengaruh Kreativitas terhadap Kinerja Operasional

Berdasarkan hasil pengujian pada regresi linier berganda didapatkan koefisien X_3 variabel kreativitas didapatkan sebesar 0.725 dengan taraf signifikansi 0,000 pada tingkat $\alpha = 0,05$ atau 5%.

Jika kreativitas menunjukkan nilai yang tinggi maka akan semakin signifikan pada kinerja operasional. Kreativitas dianggap sebagai penciptaan produk baru, proses baru, maupun layanan baru yang dianggap lebih baik dari sebelumnya (Cook, 1998). Diterapkannya kreativitas maka menciptakan ide kreatif maupun unik yang belum terpikirkan sebelumnya dan akan menciptakan pula kinerja operasional yang baik.

Berdasarkan analisis deskriptif diperoleh data skor tertinggi dari indikator variabel kreativitas yaitu UMKM mengembangkan ide perusahaan selalu mengikuti perkembangan zaman. Dapat dianggap bahwa UMKM di Kota Tasikmalaya cenderung mengembangkan ide berdasarkan perkembangan zaman.

Hasil akhir tersebut selaras dengan beberapa peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Evant Andi Aenurohman (2020) menganalisis dampak kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja UKM di Kota Semarang. Penelitian ini diperoleh uji signifikansi 0,000 artinya adanya pengaruh signifikan antara kreativitas terhadap kinerja UKM. Selain itu pada penelitian lainnya yang dilakukan oleh Rika Devi Kurniasari (2018) yang menganalisis pengaruh inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada studi kasus kerajinan enceng gondok. Hasil dari penelitian ini didapatkan uji

signifikansi sebesar 0,000 artinya kreativitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing pada kerajinan enceng gondok.

Berdasarkan hasil analisis dan perolehan data tersebut maka dapat dikatakan bahwa pada penelitian ini, kreativitas berpengaruh positif terhadap kinerja operasional pada UMKM di Kota Tasikmalaya.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, hipotesis yang telah ditentukan dan hasil data dari lapangan maka penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil pengolahan data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja operasional UMKM di Kota Tasikmalaya.
2. Hasil pengolahan data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi proses memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja operasional UMKM di Kota Tasikmalaya.
3. Hasil pengolahan data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja operasional UMKM di Kota Tasikmalaya.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan dari pengalaman peneliti dalam melakukan penelitian ini terdapat keterbatasan yang dialami saat proses pengambilan data dari responden. Dalam proses penyebaran kuesioner terkadang tidak dapat menunjukkan pendapat responden secara akurat faktor ini terjadi dikarenakan perbedaan pemikiran, pemahaman maupun anggapan yang berbeda dari masing masing responden.

5.3. Saran

1. Bagi UMKM

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka peneliti mengajukan saran terhadap pemilik maupun manajemen UMKM agar untuk tidak terjebak dalam zona nyaman. Definisi zona nyaman yaitu suatu keadaan yang mana menimbulkan sikap merasa sudah memperoleh keadaan baik-baik saja ataupun berhasil dan tidak perlu adanya perubahan atau inovasi. Hal tersebut sangat tidak baik untuk bisnis yang sedang dijalankan. Maka dari itu perlu dipertahankan sikap kreativitas dan berinovasi agar keluar dari keadaan zona nyaman. Dengan berinovasi dan mengikuti *trend* tantangan zaman ke zaman maka akan merasa tertantang dan melatih otak untuk menjadi kreatif dan inovatif.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Terdapat saran yang dapat diimplementasikan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Dari hasil uji hipotesis pada koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 87% artinya variabel inovasi produk, inovasi proses, kreativitas mampu memberikan kontribusi dan pengaruh terhadap variabel kinerja operasional pada UMKM di Kota Tasikmalaya. Semakin tinggi nilai pada koefisien determinasi maka semakin memberikan kontribusi dan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Dengan begitu dapat diketahui bahwa masih terdapat variabel lain yang mampu memberikan kontribusi dan pengaruh terhadap variabel kinerja operasional diluar ketiga variabel independen pada penelitian ini. Bagi peneliti selanjutnya bisa menemukan maupun mengukur pada variabel lain sehingga

akan menambah pengetahuan terkait dengan apa yang memengaruhi kinerja operasional pada UMKM.



DAFTAR PUSTAKA

- Andriana, Iyan. 2017. Statistical Product Service Solutions. Halaman IV-11.
- Arikunto, Suharsimi, 1995, Manajemen Penelitian, Rineka Cipta, Jakarta
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. Azwar, S. (2013). *Reliabilitas dan Validitas*.
- Avenyo, E. K., Konte, M., & Mohnen, P. (2019). The employment impact of product innovations in sub-Saharan Africa: Firm-level evidence. *Research Policy*, 48(9), 103806. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.103806>
- Bagas Prakosa (2005). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Danorientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur Di Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasl* Vol. 2 No. 1 Januari 2005.
- Baldacchino L. Entrepreneurial creativity and innovation. In First International Conference on Strategic Innovation and Future Creation held at Grand Hotel, Excelsior, Floriana 2009 Mar
- Baldacchino, L. (2009, March). Entrepreneurial creativity and innovation. In First International Conference on Strategic Innovation and Future Creation (pp. 1-15).
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.
- Barringer, B.R. and Ireland, R.D. (2010). *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures*. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Barringer, Bruce R.; Ireland, R. Duane. (2012). *Entrepreneurship : successfully launching new ventures / Bruce R. Barringer, R. Duane Ireland*. Boston :: Pearson,.
- Bosma , N., & Harding, R. (2007). *Global Entrepreneurship Monitor: GEM 2006 Result*.
- Bosma, N. and Harding, R. (2006), *Global Entrepreneurship Monitor: 2006 Summary Results*, London Business School, Babson College, London
- Caglar, A., Aydinly, B. 2009. *Journal of Analytical and Applied Pyrolysis*. Isothermal Co – Pyrolysis of Hazelnut Shell and Ultra High Molecular Weight Polyethylene : The Effect of Temperature and Composition on the Amount of Pyrolysis Products 86 : 304-309.
- Cahayani A. Analysis of Managing Creativity for Entrepreneurs. *Chinese Business Review*. 2013 Jan 1;12(1).

- Cook, J. A. ; Vanderjagt, D. J. ; Pastuszyn, A. ; Mounkaila, G. ; Glew, R. S. ; Glew, R. H., 1998. Nutrient content of two indigenous plant foods of the Western Sahel: *Balanites aegyptiaca* and *Maerua crassifolia*. *J. Food Comp. Anal.*, 11: 221-230
- Cooper, J. R. 1998. A Multidimensional Approach to the Adoption of Innovation. *Management Decision*, 36(8): 493–502
- Cummings, E. M. (1998). Children exposed to marital conflict and violence: Conceptual and theoretical directions. In G. W. Holden, R. Geffner, & E. N. Jouriles (Eds.), *Children exposed to marital violence: Theory, research, and applied issues* (pp. 55–93). American Psychological Association
- D.J Storey, B.S Tether, New technology-based firms in the European union: an introduction, *Research Policy*, Volume 26, Issue 9, 1998, Pages 933-946, ISSN 0048-7333,
- Damanpour, F. (1991) Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators. *Academy of management Journal*, 34, 555-590.
- data.tasikmalayakota.go.id (2021, Agustus) Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Diakses pada Agustus 2021, <https://data.tasikmalayakota.go.id/category/dinas-koperasi-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-perindustrian-dan-perdagangan/>
- Davenport, T. H. (1993). *Process Innovation: Reengineering work through information technology*. Boston: Harvard Business School Press
- Ferreira, J., Coelho, A., & Moutinho, L. (2020). Dynamic capabilities, creativity and innovation capability and their impact on competitive advantage and firm performance: The moderating role of entrepreneurial orientation. *Technovation*, 92–93(November 2018), 102061. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.11.004>
- Gault, J., Leach, E. and Duey, M. (2010), "Effects of business internships on job marketability: the employers' perspective", *Education + Training*, Vol. 52 No. 1, pp. 76-88.
- Ghozali, Imam dan Ratmono, Dwi. 2017. *Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan Eviews 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, Imam, 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. ,Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

- Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Univ Diponegoro, 2001
- Gurteen, D. (1998). Knowledge, creativity and innovation. *Journal of Knowledge Management*, 2(1), 5–13
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.13.1.8-16>
- Handoko, N. (2010). Penerapan Enterprise Risk Management untuk Meningkatkan Efisiensi Kinerja Operasional pada PT. Aneka Cool Citratama di Surabaya.
- Herlambang Susatyo, 2013, Pengantar Ilmu Manajemen, Yogyakarta, Gosyen Publising
- Herlambang Y. Peran Kreativitas Generasi Muda Dalam Industri Kreatif Terhadap Kemajuan Bangsa. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi (Tematik)*. 2015;2(1):61-71.
- Hurley, R. & Hult, G. T. 1998. Innovation, Market Orientation and Organizational Learning: An Integration and Empirical Exemination. *Journal of Marketing*, 62(3): 42–54.
- Indriasari, A., Suryanti, N., & Afriana, A. (2017). Pembiayaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Situs Crowdfunding “Patungan. Net” Dikaitkan Dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *ACTA DIURNAL Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan*, 1(1), 87-102.
- Jonker, Laura & Elferink-Gemser, Marije & Visscher, C.. (2011). The role of self-regulatory skills in sport and academic performances of elite youth athletes. *Talent Development and Excellence*. 3. 263-275.
- Kalil, K., & Aenurohman, E. A. (2020). Dampak Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Ukm Di Kota Semarang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 69–77. <https://doi.org/10.23917/humaniora.v21i1.8581>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). Philip Kotler. Astromax Entertainment.
- Kotler, P., & Pfoertsch, W. (2007). Being known or being one of many: the need for brand management for business-to-business (B2B) companies. *Journal of business & industrial marketing*.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta
- Kotler, Philip, 2005, Manajemen Pemasaran, Jilid I dan Jilid II, Edisi Kesebelas, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. (2013). Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi 3. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi 3. Penerbit Erlangga.

- Kurniasari, R. ., & Utama, A. (2018). the Effect of Product Innovation, Product Creativity, and Product Quality on Competitive Advantage (a Case Study of Handicraft Enceng Gondok “Akar”). *Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3, 467–477. <http://okezone.com>
- Leonard–Barton, D. (1991). The role of process innovation and adaptation in attaining strategic technological capability. *International Journal of Technology Management*, 6(3-4), 303-320.
- Li, Y., Dai, J., & Cui, L. (2020). The impact of digital technologies on economic and environmental performance in the context of industry 4.0: A moderated mediation model. *International Journal of Production Economics*, 229(April), 107777.
- Lukas, Bryan A dan O.C Ferrell, 2000, "The Effect of Market Orientation om Product Innovation" *Journal of The Academy of Marketing Science*, vol 28, 239-247.
- Majid, R. A., & Ghozali, I. (2015). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan emisi gas rumah kaca pada perusahaan di indonesia (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Margono, “Metodologi Penelitian Pendidikan” (Jakarta, RIneka Cipta, 2010) hlm 118 (POPULASI)
- Margono. 2010. Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta. Moleong, L.J. 2001. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung. Remaja.
- Mavando, F. & Farrell, M. (2003) Cultural orientation: its relationship with market orientation, innovation and organisational performance. *Management Decision*; Volume: 41, Issue: 3; 2003 Research paper
- Mcmullan RW, Kenworthy TP. Creativity and entrepreneurial performance. Springer International Pu; 2016.
- Mediaindonesia.com (2020, Oktober) UMKM Mendong Tasikmalaya Kembali Ekspor ke AS. Diakses pada Oktober 2020. <https://mediaindonesia.com/nusantara/341346/umkm-mendong-tasikmalaya-kembali-ekspor-ke-as>
- Nuryanti, Samsir, Prima Andreas (2018). "The Effect Of Knowledge Management, Innovation And Learning Organization On Business Performance And Competitive Advantage On Small And Medium Enterprises Riau Food Products In Pekanbaru City" *International Journal of Scientific & Technology Research*, vol 7
- Pérez-Bustamante, G. (1999). Knowledge management in agile innovative organisations. *Journal of Knowledge Management*, 3(1), 6–17.
- Pretorius, Marius & Millard, Sollie & Kruger, M. (2005). Creativity, Innovation and Implementation: Management Experience, Venture Size, Life Cycle Stage, Race and Gender as Moderators. *J.Bus.Manage.* 36. 10.4102/sajbm.v36i4.643.
- Quinn, J. B., Baruch, J., & Zien, K. A. 1996. Soft_ware-based innovation. *Sloan Management Re_view*, 37(4): 11–24. Daghfous *et al.*, 1999

- Reichstein, T., & Salter, A. (2006). Investigating the sources of process innovation among UK manufacturing firms. *Industrial and Corporate change*, 15(4), 653-682.
- Rita, R. (2010). Pengaruh strategi inovasi terhadap kinerja operasional perusahaan manufaktur. *Binus Business Review*, 1(2), 474-487.
- Saleh, C. & Purnomo, M.R.A (2013). *Metodologi Penelitian: Sebuah Petunjuk Praktis*. 2nd ed., Yogyakarta: Jaya Abadi Press
- Sanusi, Anwar. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Schroeder, R. A. (1993). Shady practice: Gender and the political ecology of resource stabilization in Gambian garden/orchards. *Economic geography*, 69(4), 349-365.
- Sekaran, U. and Bougie, R. (2013) *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 6th Edition, Wiley, New York.
- Sekaran, Uma (2003), *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*, New York-USA: John Wiley and Sons, Inc
- Siti Fitria Fahmila. (2018). *Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Pada UKM Batik Di Yogyakarta*.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.v
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono.2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.Bandung:Alfabeta.
- Suryana, A. (2003). *Ketahanan Pangan*.
- Uma Sekaran, 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Undang Undang No 18 tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Lembaran Negara Republik Indonesia.
- Undang-Undang No 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93
- Van Stel, A., & Storey, D. (2004). The link between firm births and job creation: Is there a Upas tree effect?. *Regional studies*, 38(8), 893-909.

Wahyudin, Dian. 2013. *Peluang atau Tantangan Indonesia Menuju ASEAN Economic Community 2015*. Lembaga Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Yusnita, M., & Wahyudin, N. (2017). Entrepreneurial leadership through innovation capacity as an effort to increase competitive advantage of UMKM in Era of ASEAN economic community (MEA)(Micro Business Study in Kabupaten Bangka). *Integrated Journal of Business and Economics*, 1(1), 10-18.





LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Kuesioner Penelitian

Kepada:

Yth. Pemilik UMKM

di Kota Tasikmalaya

Assalamualaikum Wr. Wb.

Ibu/Bapak/Saudara yang terhormat, dengan ini kami mohon kesediaan Ibu/Bapak/Saudara pemilik UMKM di Kota Tasikmalaya untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Informasi yang Ibu/Bapak/Saudara berikan guna menyelesaikan tugas akhir penelitian skripsi saya Agie Agung Pratama mahasiswa prodi Manajemen, Universitas Islam Indonesia dengan judul **“Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap Kinerja UMKM di Kota Tasikmalaya”**.

Jawaban pertanyaan didalam kuesioner ini tidak berhubungan dengan benar atau salah. Maka dari itu harapan saya agar dapat menjawab pertanyaan dengan apa adanya sesuai dengan apa yang Ibu/Bapak/Saudara alami dalam melakukan aktifitas pekerjaan sehari hari.

Saya mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar besarnya atas partisipasi Ibu/Bapak/Saudara sekalian untuk mengisi kuesioner ini. Informasi yang diberikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam penelitian ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat saya,

Peneliti

Agie Agung Pratama

IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis Kelamin :
 - a. Pria
 - b. Wanita
2. Usia :
 - a. <20 tahun
 - b. 21-30 tahun
 - c. 31-40 tahun
 - d. 41-50 tahun
 - e. >51 tahun
3. Tingkat Pendidikan :
 - a. SD/Sederajat
 - b. SMP/Sederajat
 - c. SMA/Sederajat
 - d. Diploma III (D3)
 - e. Sarjana (S1)/(D4)
 - f. Magister (S2)
4. Lama Usaha :
 - a. <1 tahun
 - b. 1-5 tahun
 - c. 6-10 tahun
 - d. >10 tahun
5. Jenis Produk yang Dijual
 - a.
 - b.
 - c.

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Berilah tanda centang (√) pada kotak jawaban yang telah tersedia
2. Bacalah setiap pernyataan yang diajukan dalam kuesioner ini dengan teliti sebelum Bapak/Ibu/Sdr memberikan jawaban.

3. Skala pengukuran menggunakan skala likert 5 point, yaitu:
STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N= Netral, S= Setuju, SS= Sangat Setuju.
4. Dalam pengisian kuesioner ini, tidak ada jawaban BENAR atau SALAH
5. Mohon **TIDAK** memberikan lebih dari satu jawaban

Inovasi Produk

(Indikator parameter: (1) Kelebihan produk baru, (2) Produk mudah dikenali, (3) Produk diterima oleh konsumen, (4) Pengembangan produk baru)

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Kami selalu menciptakan keunggulan pada produk baru.					
2	Produk baru mampu dikenali dengan mudah oleh konsumen.					
3	Produk baru mampu diterima dengan mudah oleh konsumen.					
4	Produk lama selalu diperbaharui mengikuti perkembangan tren zaman.					
5	Berkomitmen untuk menciptakan produk lebih banyak dari pesaing.					

Inovasi Proses

(Indikator parameter: (1) Pengembangan Metode, (2) Prosedur untuk menciptakan produk baru, (3) Melakukan perbaikan proses produksi, (4) Pengenalan metode baru untuk memproduksi lebih cepat dengan pesaing)

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Perusahaan sering melakukan pengembangan metode pembuatan produk baru.					

2	Perusahaan sering melakukan prosedur untuk menciptakan produk baru.					
3	Perusahaan selalu melakukan perbaikan proses produksi.					
4	Perusahaan selalu melakukan metode baru untuk memproduksi lebih cepat dari pesaing.					
5	Perusahaan selalu melakukan pembaruan teknologi saat proses produksi.					

Kreativitas

(Indikator parameter: (1) Keterbukaan, (2) Unusual Observation, (3) Penemuan dan pengembangan ide baru, (4) Keinginan kuat untuk belajar)

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Perusahaan selalu menciptakan ide secara terbuka.					
2	Perusahaan selalu mempunyai ide unik untuk mengembangkan usahanya.					
3	Ide yang dikembangkan perusahaan selalu mengikuti perkembangan zaman.					
4	Perusahaan memiliki keinginan yang kuat dalam mengembangkan usahanya.					
5	Perusahaan selalu melakukan riset untuk pengembangan ide baru.					

Kinerja Operasional

(Indikator parameter: (1) Pertumbuhan penjualan, (2) Pertumbuhan tenaga kerja, (3) Pertumbuhan pendapatan, dan (4) Pertumbuhan pangsa pasar)

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Pertumbuhan penjualan sesuai dengan target yang ditentukan.					
2	Keahlian tenaga kerja sesuai dengan yang diharapkan.					
3	Laba yang didapatkan perusahaan melebihi target yang telah ditentukan.					
4	Kapasitas produksi perusahaan mengalami peningkatan.					
5	Pertumbuhan pangsa pasar perusahaan semakin meningkat.					

LAMPIRAN 2: HASIL KUESIONER RESPONDEN

No	Jenis kelamin	Usia	Tingkat pendidikan	Lama usaha	Jenis produk yang dijual
1	Laki Laki	>50 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
2	Laki Laki	21-30 Tahun	Sarjana S1/D4	<1 Tahun	Barang
3	Laki Laki	>50 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
4	Laki Laki	21-30 Tahun	Sarjana S1/D4	>10 Tahun	Barang
5	Laki Laki	21-30 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
6	Laki Laki	>50 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
7	Laki Laki	31-40 Tahun	SMA/Sederajat	1-5 Tahun	Barang
8	Perempuan	<20 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
9	Perempuan	31-40 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
10	Perempuan	31-40 Tahun	Diploma 1-3	>10 Tahun	Barang
11	Perempuan	>50 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
12	Perempuan	31-40 Tahun	SMA/Sederajat	1-5 Tahun	Barang
13	Perempuan	21-30 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
14	Perempuan	31-40 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
15	Perempuan	21-30 Tahun	Sarjana S1/D4	>10 Tahun	Barang
16	Perempuan	21-30 Tahun	Sarjana S1/D4	<1 Tahun	Barang
17	Laki Laki	21-30 Tahun	SMA/Sederajat	1-5 Tahun	Barang
18	Perempuan	21-30 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
19	Perempuan	21-30 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
20	Laki Laki	<20 Tahun	Sarjana S1/D4	<1 Tahun	Barang
21	Laki Laki	21-30 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
22	Laki Laki	21-30 Tahun	Diploma 1-3	<1 Tahun	Barang
23	Laki Laki	<20 Tahun	Sarjana S1/D4	<1 Tahun	Barang
24	Perempuan	21-30 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
25	Perempuan	21-30 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
26	Perempuan	21-30 Tahun	Diploma 1-3	<1 Tahun	Barang
27	Perempuan	21-30 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
28	Perempuan	<20 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
29	Perempuan	21-30 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
30	Perempuan	21-30 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
31	Laki Laki	<20 Tahun	Sarjana S1/D4	<1 Tahun	Barang
32	Perempuan	31-40 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
33	Perempuan	21-30 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
34	Laki Laki	21-30 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
35	Laki Laki	21-30 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
36	Laki Laki	21-30 Tahun	SMA/Sederajat	<1 Tahun	Barang
37	Laki Laki	>50 Tahun	SMA/Sederajat	1-5 Tahun	Barang
38	Perempuan	31-40 Tahun	Diploma 1-3	>10 Tahun	Barang

39	Perempuan	31-40 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
40	Perempuan	>50 Tahun	SMA/Sederajat	1-5 Tahun	Barang
41	Perempuan	31-40 Tahun	SMA/Sederajat	1-5 Tahun	Barang
42	Perempuan	<20 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
43	Perempuan	31-40 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
44	Perempuan	41-50 Tahun	Sarjana S1/D4	>10 Tahun	Barang
45	Perempuan	>50 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
46	Perempuan	41-50 Tahun	SMA/Sederajat	1-5 Tahun	Barang
47	Perempuan	31-40 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
48	Perempuan	31-40 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
49	Perempuan	21-30 Tahun	SMA/Sederajat	>10 Tahun	Barang
50	Perempuan	21-30 Tahun	Sarjana S1/D4	<1 Tahun	Barang
51	Laki Laki	21-30 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
52	Perempuan	>50 Tahun	SMA/Sederajat	1-5 Tahun	Barang
53	Perempuan	31-40 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
54	Laki Laki	31-40 Tahun	Sarjana S1/D4	<1 Tahun	Barang
55	Laki Laki	>50 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
56	Laki Laki	41-50 Tahun	Sarjana S1/D4	<1 Tahun	Barang
57	Laki Laki	<20 Tahun	Sarjana S1/D4	<1 Tahun	Barang
58	Perempuan	41-50 Tahun	SMA/Sederajat	1-5 Tahun	Barang
59	Perempuan	41-50 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
60	Perempuan	>50 Tahun	Diploma 1-3	<1 Tahun	Barang
61	Perempuan	41-50 Tahun	SMA/Sederajat	1-5 Tahun	Barang
62	Perempuan	31-40 Tahun	SMA/Sederajat	1-5 Tahun	Barang
63	Perempuan	31-40 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
64	Perempuan	21-30 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
65	Laki Laki	21-30 Tahun	Sarjana S1/D4	<1 Tahun	Barang
66	Perempuan	21-30 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
67	Perempuan	>50 Tahun	SMA/Sederajat	1-5 Tahun	Barang
68	Laki Laki	31-40 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
69	Laki Laki	31-40 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
70	Laki Laki	>50 Tahun	SMA/Sederajat	<1 Tahun	Barang
71	Laki Laki	41-50 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
72	Perempuan	<20 Tahun	Diploma 1-3	>10 Tahun	Barang
73	Perempuan	41-50 Tahun	SMA/Sederajat	6-10 Tahun	Barang
74	Perempuan	41-50 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
75	Perempuan	>50 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
76	Perempuan	41-50 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
77	Perempuan	31-40 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Jasa
78	Perempuan	31-40 Tahun	SMA/Sederajat	>10 Tahun	Barang
79	Perempuan	21-30 Tahun	SMA/Sederajat	1-5 Tahun	Barang
80	Perempuan	21-30 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
81	Perempuan	21-30 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang

82	Perempuan	>50 Tahun	SMA/Sederajat	1-5 Tahun	Barang
83	Perempuan	31-40 Tahun	SMA/Sederajat	1-5 Tahun	Barang
84	Perempuan	31-40 Tahun	Diploma 1-3	<1 Tahun	Barang
85	Laki Laki	>50 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
86	Perempuan	41-50 Tahun	SMA/Sederajat	1-5 Tahun	Barang
87	Perempuan	>50 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
88	Laki Laki	41-50 Tahun	SMA/Sederajat	<1 Tahun	Barang
89	Laki Laki	41-50 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
90	Laki Laki	>50 Tahun	Diploma 1-3	<1 Tahun	Barang
91	Laki Laki	41-50 Tahun	SMA/Sederajat	>10 Tahun	Barang
92	Perempuan	31-40 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Jasa
93	Perempuan	31-40 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
94	Perempuan	21-30 Tahun	SMA/Sederajat	<1 Tahun	Barang
95	Perempuan	21-30 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
96	Perempuan	31-40 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Jasa
97	Perempuan	21-30 Tahun	Diploma 1-3	1-5 Tahun	Barang
98	Perempuan	41-50 Tahun	Sarjana S1/D4	1-5 Tahun	Barang
99	Perempuan	31-40 Tahun	SMA/Sederajat	>10 Tahun	Barang
100	Perempuan	41-50 Tahun	SMA/Sederajat	6-10 Tahun	Jasa
101	Perempuan	41-50 Tahun	SMA/Sederajat	6-10 Tahun	Jasa
102	Perempuan	41-50 Tahun	SMA/Sederajat	6-10 Tahun	Jasa
103	Perempuan	41-50 Tahun	SMA/Sederajat	6-10 Tahun	Jasa
104	Perempuan	41-50 Tahun	SMA/Sederajat	6-10 Tahun	Jasa
105	Perempuan	41-50 Tahun	SMA/Sederajat	6-10 Tahun	Jasa
106	Perempuan	41-50 Tahun	SMA/Sederajat	6-10 Tahun	Jasa
107	Perempuan	41-50 Tahun	SMA/Sederajat	6-10 Tahun	Jasa
108	Perempuan	41-50 Tahun	SMA/Sederajat	6-10 Tahun	Jasa
109	Perempuan	41-50 Tahun	SMA/Sederajat	6-10 Tahun	Jasa



LAMPIRAN 3 : VARIABEL INOVASI PRODUK

No	INOVASI PRODUKSI (X1)					Rata Rata	TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		
1	4	5	5	5	5	5	24
2	4	4	4	4	4	4	20
3	5	5	5	4	4	4	23
4	5	5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	3	5	3	21
6	4	4	4	4	4	4	20
7	5	4	4	4	4	5	21
8	5	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	5	5	25
10	4	5	5	4	4	5	22
11	5	5	5	5	5	5	25
12	4	4	4	4	4	4	20
13	4	4	4	4	4	4	20
14	2	4	3	4	3	4	16
15	5	4	5	5	4	5	23
16	5	4	4	5	4	4	22
17	5	5	5	5	5	5	25
18	5	4	5	5	4	5	23
19	5	5	5	5	5	5	25
20	5	5	5	5	5	4	25
21	5	5	5	5	5	5	25
22	5	4	5	5	5	5	24
23	5	5	5	4	4	5	23
24	5	4	5	5	5	5	24
25	5	4	5	5	5	5	24
26	5	4	5	5	5	5	24
27	5	4	5	5	5	5	24
28	5	5	5	5	4	5	24
29	4	4	4	5	5	4	22
30	4	4	4	4	4	4	20
31	5	5	5	5	4	5	24
32	4	4	4	4	4	4	20
33	2	4	3	4	3	4	16
34	5	4	5	5	4	5	23
35	5	4	4	5	4	4	22
36	5	5	5	5	5	5	25
37	5	4	5	5	4	5	23
38	5	5	5	5	5	5	25
39	5	5	5	5	5	4	25

40	5	5	5	5	5	5	25
41	5	4	5	5	5	5	24
42	5	5	5	4	4	5	23
43	5	4	5	5	5	5	24
44	5	4	5	5	5	5	24
45	5	4	5	5	5	5	24
46	5	4	5	5	5	5	24
47	5	5	5	5	4	5	24
48	4	4	4	5	5	4	22
49	4	4	4	4	4	4	20
50	5	5	5	5	4	5	24
51	4	4	4	4	4	4	20
52	2	4	3	4	3	4	16
53	5	4	5	5	4	5	23
54	5	4	4	5	4	4	22
55	5	5	5	5	5	5	25
56	5	4	5	5	4	5	23
57	5	5	5	5	5	5	25
58	5	5	5	5	5	4	25
59	5	5	5	5	5	5	25
60	5	4	5	5	5	5	24
61	5	5	5	4	4	5	23
62	5	4	5	5	5	5	24
63	5	4	5	5	5	5	24
64	5	4	5	5	5	5	24
65	5	4	5	5	5	5	24
66	5	5	5	5	4	5	24
67	4	4	4	5	5	4	22
68	4	4	4	4	4	4	20
69	5	5	5	5	4	5	24
70	4	4	4	4	4	4	20
71	2	4	3	4	3	4	16
72	5	4	5	5	4	5	23
73	5	4	4	5	4	4	22
74	5	5	5	5	5	5	25
75	5	4	5	5	4	5	23
76	5	5	5	5	5	5	25
77	5	5	5	5	5	4	25
78	5	5	5	5	5	5	25
79	5	4	5	5	5	5	24
80	5	5	5	4	4	5	23
81	5	4	5	5	5	5	24
82	5	4	5	5	5	5	24

83	5	4	5	5	5	5	24
84	5	4	5	5	5	5	24
85	5	5	5	5	4	5	24
86	4	4	4	5	5	4	22
87	4	4	4	4	4	4	20
88	5	5	5	5	4	5	24
89	4	4	4	4	4	4	20
90	2	4	3	4	3	4	16
91	5	4	3	5	4	5	21
92	5	4	4	5	4	4	22
93	5	5	5	5	5	5	25
94	5	4	5	5	4	5	23
95	5	5	5	5	5	5	25
96	5	5	5	5	5	4	25
97	5	5	5	5	5	5	25
98	5	4	5	5	5	5	24
99	5	5	5	4	4	5	23
100	5	4	5	5	5	5	24
101	5	4	5	5	5	5	24
102	5	4	5	5	5	5	24
103	5	4	5	5	5	5	24
104	5	5	5	5	4	5	24
105	4	4	4	5	5	4	22
106	4	4	4	4	4	4	20
107	5	5	5	5	4	5	24
108	5	5	5	5	4	5	24
109	4	4	4	5	5	4	22
TOTAL	508	480	507	517	488	27	135
RATA-RATA	4,66	4,40	4,65	4,74	4,48	4,66	22,94

الجامعة الإسلامية
الاستاذ الدكتور

LAMPIRAN 4 : VARIABEL INOVASI PROSES

No	INOVASI PROSES (X2)					Rata Rata	TOTAL X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5		
1	5	5	5	5	5	5	25
2	4	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	5	5	5	22
6	4	4	4	5	5	4	22
7	5	5	5	4	4	4	23
8	5	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	5	5	25
10	5	5	5	5	5	5	25
11	5	5	5	5	5	5	25
12	4	4	4	4	4	3	20
13	4	4	4	4	4	3	20
14	5	3	4	4	3	4	19
15	4	5	5	5	4	4	23
16	5	4	4	5	5	5	23
17	5	5	5	5	4	5	24
18	5	5	5	5	5	4	25
19	4	4	5	4	5	5	22
20	5	5	5	5	5	4	25
21	5	5	5	5	5	5	25
22	5	4	5	5	5	5	24
23	4	4	4	5	4	5	21
24	5	5	5	5	5	5	25
25	5	4	5	5	5	5	24
26	5	5	5	5	4	5	24
27	5	5	5	5	5	5	25
28	5	5	5	5	5	5	25
29	5	4	5	5	5	4	24
30	4	4	4	4	4	4	20
31	5	5	5	5	4	5	24
32	4	4	4	4	4	4	20
33	5	3	4	4	3	4	19
34	4	5	5	5	4	5	23
35	5	4	4	5	5	5	23
36	5	5	5	5	4	5	24
37	5	5	5	5	5	5	25
38	4	4	5	4	5	5	22
39	5	5	5	5	5	4	25

40	5	5	5	5	5	5	25
41	5	4	5	5	5	5	24
42	4	4	4	5	4	5	21
43	5	5	5	5	5	5	25
44	5	4	5	5	5	5	24
45	5	5	5	5	4	5	24
46	5	5	5	5	5	5	25
47	5	5	5	5	5	5	25
48	5	4	5	5	5	4	24
49	4	4	4	4	4	4	20
50	5	5	5	5	4	5	24
51	4	4	4	4	4	4	20
52	5	3	4	4	3	4	19
53	4	5	5	5	4	5	23
54	5	4	4	5	5	5	23
55	5	5	5	5	4	5	24
56	5	5	5	5	5	5	25
57	4	4	5	4	5	5	22
58	5	5	5	5	5	4	25
59	5	5	5	5	5	5	25
60	5	4	5	5	5	5	24
61	4	4	4	5	4	5	21
62	5	5	5	5	5	5	25
63	5	4	5	5	5	5	24
64	5	5	5	5	4	5	24
65	5	5	5	5	5	5	25
66	5	5	5	5	5	5	25
67	5	4	5	5	5	4	24
68	4	4	4	4	4	4	20
69	5	5	5	5	4	5	24
70	4	4	4	4	4	4	20
71	5	3	4	4	3	4	19
72	4	5	5	5	4	5	23
73	5	4	4	5	5	4	23
74	5	5	5	5	4	5	24
75	5	5	5	5	5	5	25
76	4	4	5	4	5	5	22
77	5	5	5	5	5	4	25
78	5	5	5	5	5	4	25
79	5	4	5	5	4	5	23
80	4	4	4	5	4	5	21
81	5	5	5	5	5	5	25
82	5	4	5	5	5	5	24

83	5	5	5	5	4	5	24
84	5	5	5	5	5	5	25
85	5	5	5	5	5	5	25
86	5	4	5	5	5	4	24
87	4	4	4	4	4	4	20
88	5	5	5	5	4	5	24
89	4	4	4	4	4	4	20
90	5	3	4	4	3	4	19
91	4	5	5	5	4	5	23
92	5	4	4	5	5	5	23
93	5	5	5	5	4	5	24
94	5	5	5	5	5	5	25
95	4	4	5	4	5	5	22
96	5	5	5	5	5	4	25
97	5	5	5	5	5	5	25
98	5	4	5	5	5	4	24
99	4	4	4	5	4	5	21
100	5	5	5	5	5	5	25
101	5	4	5	5	5	5	24
102	5	5	5	5	4	5	24
103	5	5	5	5	5	5	25
104	5	5	5	5	5	5	25
105	5	4	5	5	5	4	24
106	4	4	4	4	4	4	20
107	5	5	5	5	4	5	24
108	5	5	5	5	5	5	25
109	5	4	5	4	4	4	22
TOTAL	515	489	515	520	494	507	2.533
RATA-RATA	4,72	4,49	4,72	4,77	4,53	4,65	23,24

الجامعة الإسلامية
الاستاذ الدكتور

LAMPIRAN 5: VARIABEL KREATIVITAS

No	KREATIVITAS (X3)					Rata Rata	TOTAL X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5		
1	5	5	5	5	5	5	25
2	4	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	4	3	23
6	5	4	5	4	4	5	22
7	5	5	4	4	4	3	22
8	5	5	5	5	3	3	23
9	4	4	5	4	4	5	21
10	5	5	5	5	5	4	25
11	5	5	5	5	5	5	25
12	4	4	4	4	4	4	20
13	3	3	3	3	4	3	16
14	4	5	4	4	4	3	21
15	4	5	5	5	4	5	23
16	5	5	5	4	4	4	23
17	5	5	5	5	5	5	25
18	4	5	5	5	5	4	24
19	4	5	5	5	4	5	23
20	4	5	5	5	5	5	24
21	5	5	5	5	5	5	25
22	5	5	5	5	5	5	25
23	5	5	5	5	5	5	25
24	5	5	5	5	5	5	25
25	5	5	5	5	5	4	25
26	4	5	5	5	5	5	24
27	5	5	5	5	5	5	25
28	4	4	5	5	5	5	23
29	5	4	5	5	4	5	23
30	4	4	4	4	4	4	20
31	5	5	5	5	5	5	25
32	4	4	4	3	4	3	19
33	4	5	4	4	4	3	21
34	5	5	5	5	4	5	24
35	5	5	5	4	4	4	23
36	5	5	5	5	5	5	25
37	4	5	5	5	5	4	24
38	4	5	5	5	4	5	23
39	4	5	5	5	5	5	24

40	5	5	5	5	5	5	25
41	5	5	5	5	5	5	25
42	5	5	5	5	5	5	25
43	5	5	5	5	5	5	25
44	5	5	5	5	5	4	25
45	4	5	5	5	5	5	24
46	5	5	5	5	5	5	25
47	4	4	5	5	5	5	23
48	5	4	5	5	4	5	23
49	4	4	4	4	4	4	20
50	5	5	5	5	5	5	25
51	4	4	4	3	4	3	19
52	4	5	4	4	4	3	21
53	5	5	5	5	4	5	24
54	5	5	5	4	4	4	23
55	4	5	5	5	5	5	24
56	4	5	5	5	5	4	24
57	4	5	5	5	4	5	23
58	4	5	5	5	5	5	24
59	5	5	5	5	5	5	25
60	5	5	5	5	5	5	25
61	4	4	4	5	5	5	22
62	5	5	5	5	5	5	25
63	5	5	5	5	5	4	25
64	4	5	5	5	5	5	24
65	5	5	5	5	5	5	25
66	4	4	5	5	5	5	23
67	5	4	5	5	4	5	23
68	4	4	4	4	4	4	20
69	5	5	5	5	5	5	25
70	4	4	4	3	4	3	19
71	4	5	4	4	4	3	21
72	5	5	5	5	4	5	24
73	5	5	5	4	4	4	23
74	5	5	5	5	5	5	25
75	4	5	5	5	5	4	24
76	4	5	5	5	4	5	23
77	4	5	5	5	5	5	24
78	5	5	5	5	5	5	25
79	4	5	5	5	5	5	24
80	5	5	5	5	5	5	25
81	5	5	5	5	5	5	25
82	5	5	5	5	5	4	25

83	4	5	5	5	5	5	24
84	5	4	5	5	5	5	24
85	4	4	5	5	5	5	23
86	5	4	5	5	4	5	23
87	4	4	4	4	4	4	20
88	5	5	5	5	5	5	25
89	4	4	4	3	4	3	19
90	4	5	4	4	4	3	21
91	4	5	5	5	4	5	23
92	5	5	5	4	4	4	23
93	5	5	5	5	5	5	25
94	4	5	5	5	5	4	24
95	4	5	5	5	4	5	23
96	4	5	5	5	5	5	24
97	4	5	5	5	5	5	24
98	5	5	5	5	5	5	25
99	5	5	5	5	5	5	25
100	5	5	5	5	5	5	25
101	5	5	5	5	5	4	25
102	4	5	5	5	5	5	24
103	5	5	5	5	5	5	25
104	4	4	5	5	5	5	23
105	5	4	5	5	4	5	23
106	4	4	4	4	4	4	20
107	4	5	5	5	5	5	24
108	4	4	5	5	5	5	23
109	4	4	4	5	4	5	21
TOTAL	491	515	523	513	500	495	2.542
RATA-RATA	4,50	4,72	4,80	4,71	4,59	4,54	23,32

الجامعة الإسلامية
الاستاذ الدكتور

LAMPIRAN 6: VARIABEL KINERJA OPERASIONAL

No	KINERJA OPERASIONAL (Y)					Rata Rata	TOTAL Y
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5		
1	5	5	5	5	5	5	25
2	4	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	4	4	20
6	4	5	4	4	5	4	22
7	4	3	4	4	3	4	18
8	5	3	4	5	3	4	20
9	5	5	5	5	5	5	25
10	4	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	5	5	25
12	4	4	4	4	4	4	20
13	3	4	3	3	4	3	17
14	4	3	4	4	3	4	18
15	4	5	5	4	5	5	23
16	5	4	4	5	4	4	22
17	5	5	5	5	5	5	25
18	5	5	5	5	5	5	25
19	5	5	5	5	5	5	25
20	4	5	5	4	5	5	23
21	5	4	5	5	4	5	23
22	5	5	5	5	5	5	25
23	5	5	5	5	5	5	25
24	5	5	5	5	5	5	25
25	4	5	5	4	5	5	23
26	5	4	5	5	4	5	23
27	5	4	5	5	4	5	23
28	4	4	5	4	4	5	21
29	5	4	5	5	4	5	23
30	4	4	4	4	4	4	20
31	5	5	5	5	5	5	25
32	3	4	3	3	4	3	17
33	4	3	4	4	3	4	18
34	4	5	5	4	5	5	23
35	5	4	4	5	4	4	22
36	5	5	5	5	5	5	25
37	5	5	5	5	5	5	25
38	5	5	5	5	5	5	25
39	4	5	5	4	5	5	23

40	5	4	5	5	4	5	23
41	5	5	5	5	5	5	25
42	5	5	5	5	5	5	25
43	5	5	5	5	5	5	25
44	4	5	5	4	5	5	23
45	5	4	5	5	4	5	23
46	5	4	5	5	4	5	23
47	4	4	5	4	4	5	21
48	5	4	5	5	4	5	23
49	4	4	4	4	4	4	20
50	5	5	5	5	5	5	25
51	3	4	3	3	4	3	17
52	4	3	4	4	3	4	18
53	4	5	5	4	5	5	23
54	5	4	4	5	4	4	22
55	5	5	5	5	5	5	25
56	5	5	5	5	5	5	25
57	5	5	5	5	5	5	25
58	4	5	5	4	5	5	23
59	5	4	5	5	4	5	23
60	5	5	5	5	5	5	25
61	5	5	5	5	5	5	25
62	5	5	5	5	5	5	25
63	4	5	5	4	5	5	23
64	5	4	5	5	4	5	23
65	5	4	5	5	4	5	23
66	4	4	5	4	4	5	21
67	5	4	5	5	4	5	23
68	4	4	4	4	4	4	20
69	5	5	5	5	5	5	25
70	3	4	3	3	4	3	17
71	4	3	4	4	3	4	18
72	4	5	5	4	5	5	23
73	5	4	4	5	4	4	22
74	5	5	5	5	5	5	25
75	5	5	5	5	5	5	25
76	5	5	5	5	5	5	25
77	4	5	5	4	5	5	23
78	5	4	5	5	4	5	23
79	5	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	5	5	5	25
81	5	5	5	5	5	5	25
82	4	5	5	4	5	5	23

83	5	4	5	5	4	5	23
84	5	4	5	5	4	5	23
85	4	4	5	4	4	5	21
86	5	4	5	5	4	5	23
87	4	4	4	4	4	4	20
88	5	5	5	5	5	5	25
89	3	4	3	3	4	3	17
90	4	3	4	4	3	4	18
91	4	5	5	4	5	5	23
92	5	4	4	5	4	4	22
93	5	5	5	5	5	5	25
94	5	5	5	5	5	5	25
95	5	5	5	5	5	5	25
96	4	5	5	4	5	5	23
97	5	4	5	5	4	5	23
98	5	5	5	5	5	5	25
99	5	5	5	5	5	5	25
100	5	5	5	5	5	5	25
101	4	5	5	4	5	5	23
102	5	4	5	5	4	5	23
103	5	4	5	5	4	5	23
104	4	4	5	4	4	5	21
105	5	4	5	5	4	5	23
106	4	4	4	4	4	4	20
107	5	5	5	5	5	5	25
108	4	4	5	4	4	5	21
109	5	4	5	5	4	5	23
TOTAL	497	484	512	497	484	512	2.474
RATA-RATA	4,56	4,44	4,70	4,56	4,44	4,70	22,70

الجامعة الإسلامية
الاستاذ الدكتور

LAMPIRAN 7: UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

4. INOVASI PRODUK

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	109	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	109	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.829	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	18.18	2.392	.744	.723
X1.2	18.50	2.993	.374	.832
X1.3	18.23	2.345	.720	.729
X1.4	18.11	2.654	.681	.749
X1.5	18.39	2.646	.492	.805

5. INOVASI PROSES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	109	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	109	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.858	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	18.51	2.697	.520	.805
X2.2	18.75	2.225	.625	.779
X2.3	18.51	2.419	.749	.744
X2.4	18.47	2.529	.713	.758
X2.5	18.71	2.394	.510	.818

6. KREATIVITAS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	109	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	109	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.864	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	18.15	5.219	.602	.889
X3.2	18.05	4.563	.792	.846
X3.3	17.90	4.684	.825	.840
X3.4	17.90	4.777	.759	.855
X3.5	18.06	4.987	.659	.878

7. KINERJA OPERASIONAL

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	109	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	109	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	18.23	3.697	.633	.827

Y2	18.34	3.597	.627	.829
Y3	18.12	3.476	.808	.782
Y4	18.23	3.697	.633	.827
Y5	18.35	3.618	.617	.832

LAMPIRAN 8 : REGERESI LINIER BERGANDA

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	SQRT_X3, SQRT_X2, SQRT_X1 ^b		Enter

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

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.935 ^a	.873	.870	.04108

- a. Predictors: (Constant), SQRT_X3, SQRT_X2, SQRT_X1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.221	3	.407	241.275	.000 ^b
	Residual	.177	105	.002		
	Total	1.398	108			

- a. Dependent Variable: SQRT_Y
b. Predictors: (Constant), SQRT_X3, SQRT_X2, SQRT_X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.431	.077		5.602	.000
	SQRT_X1	.182	.051	.189	3.563	.001
	SQRT_X2	.141	.046	.153	3.063	.003
	SQRT_X3	.474	.027	.725	17.511	.000

a. Dependent Variable: SQRT_Y

LAMPIRAN 9 : UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			109
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.04050215
Most Extreme Differences	Absolute		.125
	Positive		.125
	Negative		-.124
Test Statistic			.125
Asymp. Sig. (2-tailed)			.000 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.065 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.058
		Upper Bound	.071

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.431	.077		5.602	.000		
	SQRT_X1	.182	.051	.189	3.563	.001	.431	2.320
	SQRT_X2	.141	.046	.153	3.063	.003	.481	2.080

SQRT_X3	.474	.027	.725	17.511	.000	.704	1.421
a. Dependent Variable: SQRT_Y							

Uji Heteroskedastisitas

