

**PENGARUH KEMAMPUAN INOVASI TERHADAP KINERJA
KEUANGAN YANG DIMEDIASI KINERJA OPERASIONAL DAN
KUALITAS PRODUK**

(Studi Pada UKM Kerajinan Bambu Di Kabupaten Sleman)

SKRIPSI



Ditulis Oleh :

Nama : Diko Agastha Sindo
Nomor Mahasiswa : 15311320
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS EKONOMIKA
YOGYAKARTA**

2020

**PENGARUH KEMAMPUAN INOVASI TERHADAP KINERJA
KEUANGAN YANG DIMEDIASI KINERJA OPERASIONAL DAN
KUALITAS PRODUK**

(Studi Pada UKM Kerajinan Bambu Di Kabupaten Sleman)

SKRIPSI

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



Oleh :

Nama : Diko Agastha Sindo
Nomor Mahasiswa : 15311320
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS EKONOMIKA
YOGYAKARTA**

2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya yang 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 kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 16 Oktober 2020

Penulis,



(Diko Agastha Sindo)

NIM : 15311320

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KEMAMPUAN INOVASI TERHADAP KUALITAS
PRODUK DAN KINERJA OPERASIONAL SERTA DAMPAKNYA PADA KINERJA
PERUSAHAAN**

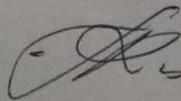
(Studi Pada UKM Kerajinan Bambu Di Kabupaten Sleman)

Nama : Diko Agastha Sindo
Nomor Mahasiswa : 15311320
Program studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 14 Oktober 2020

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing



Siti Nurul Ngaini Dra.,M.M.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

ANALISIS PENGARUH KEMAMPUAN INOVASI TERHADAP KUALITAS PRODUK DAN KINERJA OPERASIONAL SERTA DAMPAKNYA PADA KINERJA PERUSAHAAN

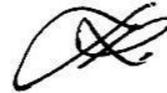
Disusun Oleh : DIKO AGASTHA SINDO

Nomor Mahasiswa : 15311320

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

Pada hari, tanggal: Kamis, 10 Desember 2020

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Siti Nurul Ngaini, Dra., M.M



Penguji : Zainal Mustafa El Qadri, Dr., M.M.



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



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

HALAMAN MOTTO

“KALAU ORANG LAIN BISA SAYA PASTI JUGA BISA”

“Tiadanya keyakinanlah yang membuat orang takut menghadapi tantangan; dan saya percaya pada diri saya sendiri.”

(Muhammad Ali)

“Siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga”

(HR. Muslim, no. 2699)

*“BERAKIT-RAKIT KE HULU BERENANG-RENANG KE TEPIAN BERSAKIT-
SAKIT DAHULU BERSENANG-SENANG KEMUDIAN”*



**ANALISIS PENGARUH KEMAMPUAN INOVASI TERHADAP KINERJA
KEUANGAN YANG DIMEDIASI KINERJA OPERASIONAL DAN
KUALITAS PRODUK**

(Studi Pada UKM Kerajinan Bambu Di Kabupaten Sleman)

Diko Agastha Sindo

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

diko.agastha@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemampuan inovasi terhadap kualitas produk dan kinerja operasional serta dampaknya pada kinerja keuangan studi pada UKM Kerajinan Bambu di Kabupaten Sleman. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan adalah 40 responden yang merupakan industri kerajinan bambu di Kabupaten Sleman, yakni daerah Mlati, Moyudan, Minggir dan Godean. Alat uji analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi-SPSS.

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa (1) Kemampuan inovasi berpengaruh positif terhadap kualitas produk; (2) Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan; (3) Kemampuan inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan; (4) Kemampuan inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja operasional; (5) Kinerja operasional tidak berpengaruh terhadap kualitas produk; dan (6) Kinerja operasional berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

Kata Kunci: Kemampuan Inovasi, Kualitas Produk, Kinerja Operasional, Kinerja Keuangan, UKM, Kerajinan Bambu

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF INNOVATION CAPABILITY TO
FINANCIAL PERFORMANCE IN MEDITED PRODUCT QUALITY AND
OPERATIONAL PERFORMANCE**

(Study on Bamboo Handicraft UKM in Sleman Regency)

Diko Agastha Sindo

Department of Management, Faculty of Economics, Islamic University of
Indonesia

diko.agastha@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of innovation ability on product quality and operational performance as well as its impact on the financial performance of studies in Bamboo Craft SMEs in Sleman Regency. This research uses a quantitative approach and the research instrument uses a questionnaire. The number of samples used was 40 respondents who are bamboo handicraft industries in Sleman Regency, namely Mlati, Moyudan, Minggir and Godean areas. The analytical test tool used was Regression Analysis-SPSS..

The results of this study found that (1) The ability of innovation has a positive effect on product quality; (2) Product quality has a positive effect on financial performance; (3) The ability of innovation has a positive effect on financial performance; (4) The ability of innovation has a positive effect on operational performance; (5) Operational performance has no effect on product quality; and (6) Operational performance has a positive effect on financial performance

Keywords: *Innovation Capability, Product Quality, Operational Performance, Financial Performance, Regression Analisis, Bamboo Crafts*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji bagi Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan kasih sayang-Nya kepada kita, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul. **Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, Kualitas Produk terhadap Keunggulan bersaing.** Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menempuh Ujian Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas Islam Indonesia. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang merupakan sosok teladan umat dalam segala perilaku keseharian yang berorientasi pada kemuliaan hidup di dunia dan akhirat.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan oleh segala keterbatasan dan kemampuan yang penuli smiliki. Penulis sadar bahwa keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak lain adalah karena doa, dukungan, bantuan, masukan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, atas segala bentuk dukungan, bantuan, masukan dan bimbingan tersebut penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah serta karunia pertolongannya-Nya.

2. Kedua orang tua tercinta, yang selalu penulis banggakan, yang akan terus penulis jadikan panutan. Terima kasih atas segala doa, pengorbanan, dukungan, kesabaran, dan kasih sayang yang sangat penulis rasakan. Terima kasih telah memberikan masukan serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
3. Keluarga besar tersayang. Terima kasih atas segala doa, dan dukungan kepada penulis serta harapan yang menjadikan semangat bagi penulis.
4. Ibu Siti Nurul Ngaini Dra., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah membimbing segala urusan dalam menyelesaikan skripsi, serta telah menyediakan waktu untuk membimbing penulis dengan sabar.
5. Bapak Anjar Priyono, SE., M.Si., Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen.
6. Bapak Jaka Sriyana, SE., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Sahabat-sahabat penulis yang telah memberikan banyak kritik dan saran, serta tak lupa mengingatkan penulis untuk menyelesaikan skripsi.
8. Keluarga besar Kost Zam-zam Putra 2 yang selalu menemani hari-hari penulis setiap saat.
9. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen yang telah membantu dan bekerjasama dalam menjalani masa perkuliahan.
10. Teman-teman Tulungagung yang telah memberi semangat dan keyakinan penulis selama proses pembuatan skripsi. Semoga segala urusan kita selalu di mudahkan oleh Allah SWT.

Yogyakarta, 16 Oktober 2020

Penulis,



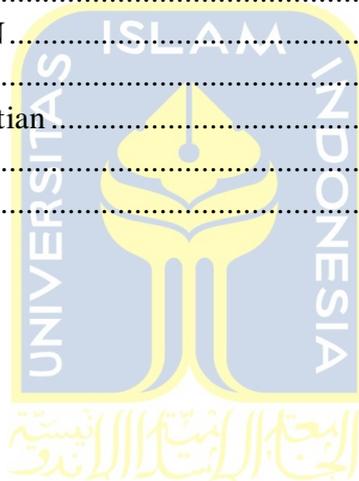
Diko Agastha Sindo



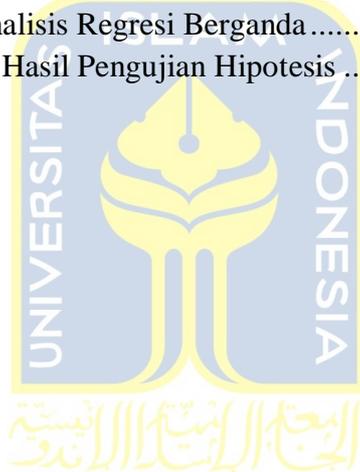
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
BERITA ACARA UJIAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang dan Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1. Pengertian Inovasi	11
2.2.2 Konsep Kemampuan Inovasi	13
2.2.2.1 Inovasi Produk	13
2.2.2.2 Inovasi Proses	15
2.2.2.3 Inovasi Organisasi	16
2.2.3 Kualitas Produk	16
2.2.4 Kinerja Operasional	18
2.2.2.4 Kinerja Keuangan	19
2.3 Pengembangan Hipotesis	21
2.4 Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Populasi dan Sampel	26
3.3 Definisi Variabel Penelitian	29
3.3 Metode Pengumpulan Data	32
3.4 Uji Instrumen Penelitian	33
3.5 Analisis Data	33
3.5.2.1 Uji Asumsi Klasik	34

3.5.2.2 Persamaan Regresi Berganda	34
3.5.2.3 Uji Hipotesis dengan Uji parsial (Uji t)	40
3.5.2.4 Koefisien determinasi	40
3.2.2.5 Uji Hipotesis dengan Uji Serentak (Uji F)	41
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Uji Instrumen Penelitian	42
4.2 Hasil Analisis Deskriptif	46
4.3 Analisis Inferensial	51
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	51
4.3.1.1 Uji Normalitas	51
4.3.1.2 Uji Multikolinearitas	51
4.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas	53
4.4 Uji Hipotesis	54
4.5 Pembahasan	61
BAB V KESIMPULAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Keterbatasan Penelitian	68
5.3 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70



DAFTAR TABEL	14
Tabel 3.1 Kriteria UKM	27
Tabel 4.1 Hasil Uji Variabel Kemampuan Inovasi (X)	43
Tabel 4.2 Hasil Uji Variabel Kualitas Produk (Y1)	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Variabel Teknologi Terapan (X3)	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Variabel Kinerja Keuangan (Z).....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.6 Deskripsi Umur Usaha Responden	46
Tabel 4.7 Deskripsi Jumlah Karyawan	47
Tabel 4.8 Deskripsi Lama Bekerjasama Dengan Pemasok.....	48
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif.....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas (Uji Kolmogorov-Smirnov)	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser).....	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	55
Tabel 4.14 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 25
Gambar 4.1 Persamaan Regresi..... 56



DAFTAR LAMPIRAN	16
LAMPIRAN 1	75
KUISIONER PENELITIAN	75
LAMPIRAN 2	79
DATA PENELITIAN	79
LAMPIRAN 3	80
DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN	80
LAMPIRAN 4	82
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	82
LAMPIRAN 5	86
HASIL UJI REGRESI BERGANDA	86



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, persaingan bisnis semakin ketat yang menuntut pihak manajemen perusahaan untuk menggunakan strategi yang tepat bagi produk atau jasa layanan yang dijualnya. Pihak perusahaan harus mengamati kondisi persaingan bisnis yang selalu berkembang atau berubah setiap saatnya. Inti dari persaingan terletak pada bagaimana sebuah perusahaan dapat menerapkan proses penciptaan produk dan atau jasa secara lebih murah, lebih baik dan lebih cepat dibandingkan dengan para pesaing usahanya yang harus dilakukan oleh perusahaan bukan hanya untuk jangka pendek saja, melainkan harus dinamis, yaitu harus dilakukan secara berkesinambungan dan terus-menerus sehingga perusahaan akan mampu bertahan dan berkembang ditengah ketatnya persaingan.

Kinerja bisnis menjadi kunci pokok untuk tetap bertahan dalam era global. Banyak faktor yang menentukan kinerja bisnis suatu organisasi, salah satu di antaranya adalah inovasi. Kemajuan teknologi yang cepat dan tingginya tingkat persaingan menuntut inovasi terus menerus, yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja bisnis organisasi. Inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan kinerja organisasi (Hurley & Hult, 1998). Inovasi adalah memulai atau memperkenalkan sesuatu yang baru.

Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada kinerja perusahaan. Inovasi merupakan proses teknologis, manajerial dan sosial, yang mana gagasan atau konsep baru pertama kali diperkenalkan untuk dipraktekkan dalam suatu kultur (Quinn et al., 1996). Inovasi merupakan faktor penentu dalam persaingan industri dan merupakan senjata yang tangguh menghadapi persaingan. Inovasi organisasi dapat diinterpretasikan secara luas dan bervariasi dengan berbagai cara. Inovasi merupakan pemberian solusi baru yang dapat memberikan nilai pada pelanggan. Inovasi sebagai fenomena psikologi dan sosial budaya, kedua aspek tersebut dapat merupakan kunci keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi (Daghfous et al., 1999).

Porter (1990) menyatakan bahwa inovasi adalah satu-satunya cara bagi perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Berjalan atau tidaknya inovasi ditentukan oleh kemampuan sumber daya manusia dan teknologi yang dimiliki dalam perusahaan yang akan melaksanakannya. Menurut Becheikh *et al* (2006) mengatakan inovasi telah menjadi kunci masalah pada berbagai level perusahaan, institusi dan pemerintahan. Jimenes & Sanz-Valle (2011). menyatakan bahwa setiap perusahaan membutuhkan inovasi untuk berhasil dan bertahan hidup dan memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Lebih lanjut inovasi diharapkan diharapkan mampu menarik pasar baru, memasuki pasar baru dan atau

mempertahankan pasar yang sudah ada. Inovasi adalah satu-satunya cara bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Dalam menilai kemampuan inovasi perusahaan dapat diperhatikan melalui empat dimensi inovasi, yaitu inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasional. Kafetzopoulos dan Evangelos (2015) menjelaskan keempat indikator tersebut dapat digunakan untuk menilai kemampuan inovasi. Selain itu peningkatan-peningkatan praktek kinerja operasional yang dilakukan oleh perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan UKM (Usaha Kecil Menengah), karena kinerja operasional merupakan penentu kinerja keuangan. Dengan meningkatkan unsur-unsur operasional maka akan meningkatkan kinerja keuangan UKM. Kafetzopoulos dan Evangelos (2015) menjelaskan kinerja operasional juga berpengaruh pada kualitas produk yang dihasilkan, karena dengan meningkatkan unsur-unsur kinerja operasional akan membuat produk lebih menarik bagi pelanggan. Kafetzopoulos dan Evangelos (2015) menyatakan bahwa kemampuan inovasi memiliki pengaruh positif terhadap kualitas produk dan kinerja operasional, karena perusahaan yang inovatif memiliki tingkat produktivitas yang lebih tinggi dan mendapatkan penilaian kualitas produk yang baik daripada perusahaan yang tidak berinovasi.

Kualitas penting bagi perusahaan. Kualitas produk akan memberikan kontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan. Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Dalam perspektif TQM, kualitas dipandang secara luas, yang mana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan

juga meliputi proses, lingkungan dan manusia. Kualitas adalah kesesuaian antara produk (barang maupun jasa) dengan spesifikasi kebutuhan pelanggan. Jika perusahaan melakukan suatu hal yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan berarti perusahaan tersebut tidak memberikan kualitas yang baik. Perbaikan dan pengukuran kualitas secara terus-menerus, karyawan diberdayakan untuk memecahkan masalah (dengan catatan manajemen menyediakan alat-alat yang cocok), maka kualitas dapat disempurnakan.

Bagi UKM, salah satu strategi yang dimiliki adalah inovasi yang merupakan bagian dari fungsi utama dalam pengembangan agar dapat bersaing. Pengembangan UKM bukan sekedar masalah bantuan operasional atau fasilitas, tetapi juga harus bersifat inovatif dan mempunyai dampak jangka panjang agar UKM tidak hanya tumbuh tetapi juga terus berkembang dalam kualitas dan daya saing produknya. Kenny & Reddy (2006) mengatakan usaha kecil dan menengah terkenal untuk pengembangan produk atau jasa baru dan kreatif. UKM memiliki peran penting yang signifikan dan terbukti menjadi pendorong bagi pertumbuhan ekonomi rakyat karena UKM terkenal untuk pengembangan produk atau jasa baru yang kreatif, sehingga harus dikembangkan secara lebih luas supaya memiliki daya saing. Oleh sebab itu, UKM harus dibina supaya menjadi usaha yang mendorong perkembangan ekonomi Indonesia dan peningkatan perhatian dari pemerintah harus diberikan kepada para pelaku UKM agar memiliki kemampuan dalam berinovasi sehingga meningkatkan kinerja UKM.

Peneliti mencoba melakukan penelitian di Usaha Kecil Menengah (UKM) kerajinan bambu yang berada di Kabupaten Sleman. Penulis tertarik melakukan

penelitian di UKM kerajinan bambu ini dikarenakan Kabupaten Sleman merupakan salah satu sentra kerajinan bambu yang masih sangat produktif. Bahkan kementerian kehutanan menjadikannya sebagai sentra pengembangan komoditas bambu di Indonesia (<https://bisnisukm.com>).

Selanjutnya jumlah pengrajin produk tanaman bambu pun selalu meningkat setiap tahunnya. Dimana saat ini ada empat kecamatan yang menjadi sentra kerajinan bambu di Sleman, yakni Daerah Mlati, Moyudan, Minggir, dan Godean. Hingga saat ini ada sekityar 110 jenis kerajinan bambu yang dihasilkan dari para pengrajin. Tidak hanya dipasarkan secara lokal, kerajinan bambu ini pun sudah merambah pasar internasional.

Keberadaan pengrajin bambu di Sleman kian berkembang. Selain ketersediaan bahan baku, perkembangan industri bambu juga didorong oleh permintaan yang semakin meningkat. Kondisi ini mendorong Pemkab Sleman mengukuhkan daerah Mlati, Moyudan, Minggir, dan Godean sebagai sentra kerajinan bambu. Pengukuhan ini merupakan wujud komitmen Pemkab setempat dalam pengembangan produksi kerajinan bambu (<https://www.republika.co.id>)

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penulis tertarik menulis penelitian tentang kemampuan inovasi yang berpengaruh terhadap kualitas produk, kinerja keuangan UKM dan kinerja operasional dengan mengajukan judul “Analisis Pengaruh Kemampuan Inovasi terhadap Kualitas Produk dan Kinerja Operasional serta Dampaknya pada Kinerja Keuangan (Studi pada UKM Kerajinan Bambu di Kabupaten Sleman)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi diatas maka rumusan masalah di dalam penelitian ini adalah masih rendahnya kemampuan inovasi UKM dalam penerapan bisnisnya.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah kemampuan inovasi memiliki pengaruh terhadap kualitas produk?
2. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan?
3. Apakah kemampuan inovasi memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan?
4. Apakah kemampuan inovasi memiliki pengaruh terhadap kinerja operasional?
5. Apakah kinerja operasional memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan melalui kualitas produk sebagai variabel mediasi?
6. Apakah kemampuan inovasi memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan dengan mediasi kinerja operasional dan kualitas produk?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemampuan inovasi terhadap kualitas produk.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kinerja keuangan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemampuan inovasi terhadap kinerja keuangan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemampuan inovasi terhadap kinerja operasional.

5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kinerja operasional terhadap kinerja keuangan melalui kualitas produk sebagai variabel mediasi.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemampuan inovasi terhadap kinerja keuangan dengan mediasi kinerja operasional dan kualitas produk.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini bagi :

1. Bagi peneliti, mampu memahami secara langsung dampak dari penerapan kemampuan inovasi, kualitas produk, kinerja operasional, dan kinerja keuangan pada UKM Kerajinan Bambu d Kabupaten Sleman dan sekitarnya.
2. Bagi UKM, diharapkan mampu memberikan solusi bagi UKM dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang menentukan keberhasilan UKM, sehingga UKM memiliki daya saing lebih dibandingkan para pesaing sejenisnya, dan juga menciptakan keunggulan kompetitif.

3. Bagi Pengembangan Teori

Memberikan sumbangan ilmiah dalam ilmu Manajemen Operasioanal, yaitu pengaruh kemampuan inovasi terhadap kinerja keuangan yang dimediasi kinerja operasional dan kualitas produk UKM.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan berkaitan dengan analisis kemampuan inovasi, kualitas produk, kinerja operasional dan kinerja keuangan UKM pada sentra kerajinan bambu di Kabupaten Sleman, yakni daerah Mlati, Moyudan, Minggir dan Godean diantaranya adalah :

1. Penelitian Kafetzopoulos dan Evangelos (2015), yang meneliti tentang “*The Impact Of Innovation Capability On The Performance Of Manufacturing Companies The Greek Case*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari kemampuan inovasi, kualitas produk, kinerja operasional terhadap kinerja keuangan kinerja perusahaan. Sampel penelitian ini sebanyak 233 perusahaan manufaktur di Yunani. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan inovasi secara langsung berkontribusi pada kualitas produk dan kinerja operasional. Meskipun tidak memiliki dampak langsung pada kinerja keuangan perusahaan manufaktur, dan memiliki dampak tidak langsung melalui moderator kinerja operasional.
2. Penelitian Rajapathirana dan Yan (2018), yang meneliti tentang “*Relationship Between Innovation Capability, Innovation Type, And Firm Performance*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi hubungan antara kemampuan inovasi, tipe inovasi dan kinerja perusahaan pada industri asuransi di Sri Lanka. Penelitian ini dilakukan di industri asuransi. Responden penelitian ini sebanyak 379 manajer senior perusahaan asuransi. Analisis data menggunakan

SEM AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan kuat antara kemampuan inovasi, tipe inovasi dan kinerja perusahaan.

3. Penelitian Rita (2010), yang meneliti tentang “Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Manufaktur”. Penelitian ini menguji pengaruh strategi inovasi terhadap kinerja operasional perusahaan manufaktur di Sulawesi. Dimensi strategi inovasi adalah orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, dan pelaksanaan inovasi. Kinerja operasional diukur dengan menggunakan produktivitas, cacat volume produksi, biaya garansi claims, biaya kualitas, dan pengiriman tepat waktu secara penuh kepada konsumen. Metode pengumpulan data dilakukan melalui questionnaires, yang terdiri dari 63 responden. Pengolahan data dilakukan dengan regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan antara dimensi strategi inovasi terhadap kinerja operasional perusahaan manufaktur. Tapi tidak semua dari mereka mempengaruhi kinerja operasional perusahaan manufaktur. Proses inovasi, inovasi produk, dan implementasi inovasi memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja operasional. Sementara orientasi kepemimpinan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional perusahaan manufaktur di Sulawesi.

4. Penelitian Mukti dkk (2006), yang meneliti tentang “Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Industri Knalpot Di Kabupaten Purbalingga”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel-variabel dimensi strategi inovasi yaitu orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, sumber

inovasi internal, sumber inovasi eksternal, implementasi inovasi dan investasi terhadap kinerja operasional industri knalpot Kabupaten Purbalingga. Sampel diambil sebanyak 80 perusahaan knalpot yang ada di Kabupaten Purbalingga. Sedangkan metode yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah convenience sampling (pengambilan sampel berdasarkan kemudahan) dan unit analisis yang digunakan adalah pimpinan/ pemilik usaha Knalpot di Kabupaten Purbalingga. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan regresi baik dengan single factor test maupun dengan multiple regression. Variabel-variabel dimensi strategi inovasi yang terdiri dari orientasi kepemimpinan, tipe inovasi proses, tipe inovasi produk, sumber inovasi internal, sumber inovasi eksternal, implementasi inovasi dan tingkat investasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional industri knalpot di Purbalingga berdasarkan pengujian dengan menggunakan model sekuensial. Pengujian single factor menunjukkan hasil bahwa orientasi kepemimpinan berpengaruh secara signifikan terhadap inovasi proses, inovasi produk, sumber inovasi internal, sumber inovasi eksternal, implementasi inovasi dan secara bersama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat investasi, tetapi jika dianalisis secara individu inovasi proses dan sumber inovasi internal serta sumber inovasi eksternal tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat investasi.

5. Penelitian Haryono dan Sabar (2017), yang meneliti tentang “Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing”. Sampel penelitian sebanyak 150 responden. Sampling dalam penelitian ini dengan menggunakan convenience sampling.

Analisis data dengan menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan: (1) orientasi pasar berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap daya saing. (2) Orientasi pasar secara tidak langsung berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap persaingan usaha berdasarkan kinerja usaha. (3) Inovasi produk langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap competitive advantage (4) Inovasi produk secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap persaingan usaha berdasarkan kinerja usaha. (5) kualitas produk langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap competitive advantage. (6) kualitas produk tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap persaingan usaha berdasarkan kinerja usaha. (7) Kinerja bisnis berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap persaingan usaha.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Inovasi (*innovation*)

Kata inovasi berasal dari kata latin, "*innovation*" yang berarti pembaruan dan perubahan. Kata kerjanya "*innova*" yang artinya memperbaiki dan mengubah. Inovasi dapat diartikan sebagai "*proses*" dan atau "*hasil*" pengembangan dan pemanfaatan atau mobilisasi pengetahuan, keterampilan (termasuk keterampilan teknologi) dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang dan atau jasa), proses, dan sistem yang baru, yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan (terutama ekonomi dan sosial). Pervaiz K. Ahmed & Charles D. Shepherd (2010) menyatakan inovasi perusahaan dapat menghasilkan R&D (*Research and Development*), produksi serta pendekatan pemasaran dan akhirnya mengarah kepada komersialisasi inovasi tersebut. Dengan kata lain inovasi adalah

proses mewujudkan ide baru yang berbeda dengan yang dulu, dengan cara produksi atau dengan membuatnya menjadi nyata, dimana inovasi termasuk generasi evaluasi, konsep baru dan implementasi. Inovasi tidak hanya terbatas pada benda atau barang hasil produksi, tetapi juga mencakup sikap hidup, perilaku, atau gerakan-gerakan menuju proses perubahan di dalam segala bentuk tata kehidupan masyarakat. Jadi, secara umum inovasi berarti suatu ide, produk, informasi teknologi, kelembagaan, perilaku, nilai-nilai, dan praktik-praktik baru yang belum banyak diketahui, diterima, dan digunakan atau diterapkan oleh sebagian besar warga masyarakat dalam suatu lokalitas tertentu, yang dapat digunakan atau mendorong terjadinya perubahan-perubahan di segala aspek kehidupan masyarakat demi terwujudnya perbaikan mutu setiap individu dan seluruh warga masyarakat yang bersangkutan.

Menurut Everett M. Rogers (2003) pengertian inovasi adalah suatu ide, gagasan, praktek atau objek/benda yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau kelompok untuk diadopsi. Karakteristik inovasi yang dapat mempengaruhi cepat atau lambatnya penerimaan inovasi, sebagai berikut :

(a). Keunggulan relatif yaitu sejauh mana inovasi dapat memberikan manfaat atau keuntungan, bagi penerimanya, yang dapat diukur berdasarkan nilai ekonominya, prestise sosial, kenyamanan, kepuasan dan lainnya. (b) Konfirmanilitas/Kompatibe yaitu tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai (*value*), pengalaman lalu, dan kebutuhan dari penerima. (c) Kompleksitas yaitu tingkat kesukaran atau kerumitan untuk memahami dan menggunakan inovasi bagi penerima. (d). Trialabilitas yaitu dapat dicoba atau tidaknya suatu inovasi oleh

penerima. (e) Dapat diamati yaitu mudah tidaknya diamati suatu hasil inovasi. Suatu inovasi yang hasilnya mudah diamati akan makin cepat diterima oleh masyarakat.

2.2.2 Kemampuan Inovasi (*innovation capability*)

Hurley & Hult (1998) mengemukakan bahwa kemampuan inovasi produk adalah kemampuan untuk membawa pengetahuan baru atau teknologi untuk mengembangkan produk baru. Menurut Wonglimpiyarat (2010) dalam Martinez *et al* (2011) kemampuan berinovasi sangat diperlukan dalam sebuah bisnis yang memiliki banyak pesaing dan rentan akan kejenuhan pelanggan. Selain mampu bersaing dan tumbuh, terlebih lagi adalah untuk bertahan hidup dalam situasi ekonomi global, itulah mengapa bisnis perlu berinovasi. Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk yang akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Seperti yang dikemukakan Elmquist (2009) dalam Martinez *et al* (2011) kemampuan inovasi adalah menghasilkan ide-ide baru dan ilmu untuk mendapatkan keuntungan dari peluang pasar.

Pada penelitian ini akan berfokus pada tiga indikator acuan dalam perusahaan menerapkan kemampuan inovasinya, sesuai dengan penelitian yang dilakukan Dimitrios Kafetzopoulos dan Evangelos Psomas (2014) yaitu inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi organisasi.

2.2.2.1 Inovasi Produk (*product innovation*)

Inovasi produk adalah perubahan produk atau jasa karena suatu permintaan kepada perusahaan. Menurut Fontana (2011) inovasi produk merupakan proses

sebuah pengenalan produk atau sistem baru yang membawa kesuksesan ekonomi bagi perusahaan dan kesuksesan sosial bagi konsumen serta komunitas ekonomi bagi perusahaan dan kesuksesan sosial bagi konsumen serta komunitas atau lingkungan yang lebih luas. Zimmerer (2008) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan. Beberapa jenis inovasi, yaitu:

1. Penemuan, merupakan kreasi suatu produk, jasa, atau proses baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya.
2. Pengembangan, merupakan pengembangan suatu produk, jasa, atau proses yang sudah ada.
3. Duplikasi, merupakan peniruan suatu produk, jasa, atau proses yang ada. Meskipun demikian, duplikasi bukan semata meniru melainkan menambah sentuhan kreatif untuk memperbaiki konsep agar lebih mampu memenangkan persaingan.
4. Sintesis, merupakan perpaduan konsep dan faktor-faktor yang sudah ada menjadi formasi baru. Proses ini meliputi pengambilan sejumlah ide atau produk yang sudah ditemukan dan dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru. Jadi inovasi datang dari suatu yang sudah ada sebelumnya, kemudian diberi nilai tambah.

Tidd *et al* (2005) menyatakan inovasi produk itu dapat penuh resiko. Mereka menyatakan bahwa definisi kebutuhan produk lemah, ketidakpastian teknologi, ketiadaan pendukung manajemen senior, ketiadaan sumber daya, dan implementasi manajemen proyek yang lemah dapat menghalangi usaha

pengembangan produksi baru. Inovasi produk dan jasa terus meningkat dalam hal pembedaan untuk memenuhi kebutuhan spesifik tertentu para konsumen. Inovasi produk dan jasa juga mempengaruhi mutu produk dan jasa.

2.2.2.2 Inovasi Proses (*process innovation*)

Menurut Cooper (1998) inovasi proses menggambarkan perubahan cara organisasi memproduksi produk dan jasa akhir dari suatu perusahaan. Demanpour (1991) menyatakan inovasi proses dikaitkan dengan urutan dan sifat proses produksi yang meningkatkan produktivitas dan efisiensi kegiatan produksi. Yang bertujuan untuk memperkenalkan elemen baru pada bahan produksi, mesin, peralatan, proses, spesifikasi tugas dan mekanisme alur kerja. Inovasi proses bertujuan untuk mengurangi biaya (*cost leadership*) dan meningkatkan produktivitas di dalam aktivitas *supply-chain* (*SC Inovasi Proses*) dan *demand-chain* (*DC Inovasi Proses*).

Menurut Tidd *et al* (2005) inovasi proses membantu meningkatkan mutu relatif dan mengurangi biaya-biaya, dengan demikian meningkatkan nilai relatif produk dan jasa tersebut. Inovasi proses sangat penting sebab inovasi proses kadang-kadang diikat ke inovasi produk. Sering suatu produksi baru tidak bisa dihasilkan tanpa terobosan dalam proses yang sedang dikerjakan. Tidd *et al* (2005) juga mengemukakan inovasi produk dan inovasi proses bersama-sama mengarahkan pertumbuhan dalam penguasaan pasar melalui peningkatan produktivitas dan keadaan operasional. Beberapa keuntungan jika perusahaan melakukan inovasi proses, yaitu:

- 1) Meningkatkan kualitas
- 2) Menghemat biaya
- 3) Efisiensi produksi
- 4) Meningkatkan keuntungan perusahaan.

2.2.2.3 Inovasi Organisasi (*organizational innovation*)

Siagian (2007) menyatakan bahwa organisasi yang ingin meningkatkan produktivitas dan efektivitasnya, pada akhirnya menghadapi berbagai masalah yang timbul di masa depan, memerlukan cara berpikir dan bertindak yang inovatif. Inovasi dapat menyangkut penciptaan produk baru (baik dalam arti barang atau jasa), struktur baru, hubungan baru, dan bahkan juga kultur yang baru. OECD (2005) mendefinisikan inovasi organisasi (*organizational innovation*) sebagai pelaksanaan sebagai metode baru organisasi dalam praktik bisnis perusahaan, organisasi tempat kerja atau hubungan eksternal. Inovasi organisasi memiliki kecenderungan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dengan mengurangi administrasi dan biaya transaksi, meningkatkan kepuasan kerja dan mengurangi biaya persediaan. Menurut Chang, Y., Linton, J. and Chen, M. (2012) inovasi organisasi melibatkan perubahan proses administrasi dan atau struktur organisasi yang berkaitan dengan aktivitas kerja dasar dari suatu organisasi dan manajemen. Perubahan struktur dan prosedur organisasi dapat memfasilitasi penciptaan proses baru dan produk baru.

2.2.3 Kualitas Produk (*product quality*)

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen (Cannon *et al.*, 2008). Definisi lain kualitas produk

adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan (Kotler dan Armstrong, 2008). Menurut Kotler dan Keller (2009), kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Tantangan paling besar dihadapi oleh setiap perusahaan adalah masalah pengembangan produk. Pengembangan produk dapat dilakukan oleh personalia dalam perusahaan dengan cara mengembangkan produk yang sudah ada. Di samping itu juga dapat menyewa para peneliti guna menciptakan produk baru dengan model-model yang sesuai. Perusahaan yang tidak mengadakan atau tidak mampu menciptakan produk baru akan menghadapi resiko seperti penurunan volume penjualan, karena munculnya pesaing yang lebih kreatif, adanya perubahan selera konsumen, munculnya teknologi baru dalam proses produksi (Cannon *et al.*, 2008). Sedangkan menurut Tjiptono (2008), kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono (2008) adalah:

- a. Kinerja (*performance*), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- b. Daya Tahan (*durability*), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar

frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.

c. Kesesuaian dengan Spesifikasi (*conformance to specifications*), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.

d. Fitur (*features*), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

e. Reliabilitas (*reliability*), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.

f. Estetika (*aesthetics*), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.

g. Kesan Kualitas (*perceived quality*), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

h. Kemampuan Melayani (*serviceability*), meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramahtamahan staf layanan.

2.2.4 Kinerja Operasional (*operational performance*)

Kinerja operasional biasanya diukur sebagai gabungan beberapa kinerja dimensi (Ketokivi dan Schroeder, 2004) dan mencerminkan kinerja operasi internal perusahaan sebuah perusahaan dalam hal kualitas produk/proses, efisiensi dan

produktivitas (Naser *et al.*, 2004). Penelitian ini, faktor kinerja operasional diukur melalui produktivitas, efisiensi dan efektivitas operasi perusahaan, sedangkan item pengukuran yang digunakan diambil dari instrumen yang digunakan dalam penelitian sebelumnya.

Pendapat Schroeder dalam Utami (2014) mengatakan pengukuran kinerja operasional yang tepat sebaiknya diperoleh dari hasil penerapan operasi dan bisnis, yang ditunjukkan dengan kualitas, biaya, *delivery*, fleksibilitas, dan inovasi. Kinerja operasional dalam penelitian ini menggunakan indikator kinerja yang dikemukakan oleh Terziovski dan Samson dalam Utami (2014), yang dapat diukur melalui tingkat produktivitas, tingkat kesalahan produk, biaya jaminan atau garansi, biaya kualitas, dan ketepatan waktu produk sampai ketangan konsumen. Kinerja operasional ada kaitannya dengan manajemen operasional. Kinerja operasional erat hubungannya dengan pencapaian tujuan dan sasaran organisasi. Kinerja operasional dapat diukur dari indikator kinerja biaya, mutu dan waktu dengan merencanakan secara cermat, teliti dan terpadu berkaitan dengan manajemen operasional perusahaan seperti dari segi: Desain barang dan jasa; Mengelola kualitas; Strategi proses; Strategi lokasi; Strategi tata letak; Sumber daya manusia; Manajemen rantai pasokan (*supply chain*); Manajemen persediaan; Penjadwalan; dan Pemeliharaan.

2.2.5 Kinerja Keuangan (*financial performance*)

Menurut Rudianto (2013) kinerja keuangan merupakan hasil atau prestasi yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam menjalankan fungsinya mengelola aset perusahaan secara efektif selama periode tertentu. Kemudian

Menurut Jumingan (2011) kinerja keuangan merupakan gambaran kondisi keuangan pada suatu periode tertentu baik menyangkut aspek penghimpunan dana maupun penyaluran dana yang biasanya diukur dengan indikator kecukupan modal, *likuiditas*, dan *profitabilitas*. Sedangkan menurut Irham Fahmi (2012) kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar seperti dalam membuat suatu laporan keuangan yang telah memenuhi standar atau ketentuan dalam SAK (*standar akuntansi keuangan*) atau GAAP (*generally accept accounting principl*) dan lainnya.

Menurut Fahmi (2012), ada lima tahapan dalam menganalisis kinerja keuangan perusahaan secara umum yaitu :

a. Melakukan *review* terhadap data laporan keuangan

Review disini dilakukan dengan tujuan agar laporan keuangan yang sudah di buat tersebut sesuai dengan penerapan kaidah-kaidah yang berlaku umum dalam dunia akuntansi, sehingga dengan demikian hasil laporan keuangan tersebut dapat dipertanggungjawabkan.

b. Melakukan perhitungan

Penerapan metode perhitungan di sini adalah disesuaikan dengan kondisi dan permasalahan yang sedang dilakukan sehingga hasil dari perhitungan tersebut akan memberikan suatu kesimpulan sesuai dengan analisis yang diinginkan.

c. Melakukan perbandingan terhadap hasil hitungan yang telah diperoleh.

Dari hasil hitungan yang udah diperoleh tersebut kemudian dilakukan perbandingan dengan hasil hitungan dari berbagai perusahaan lain yang

diharapkan nantinya akan dapat dibuat satu kesimpulan yang menyatakan posisi perusahaan tersebut berada dalam kondisi sangat baik, baik, sedang/normal, tidak baik, dan sangat tidak baik.

d. Melakukan penafsiran terhadap berbagai permasalahan yang ditemukan.

Pada tahap ini analisis melihat kinerja keuangan perusahaan adalah setelah dilakukan ketiga tahap tersebut selanjutnya dilakukan penafsiran untuk melihat apa-apa saja permasalahan dan kendala-kendala yang dialami perusahaan tersebut.

e. Mencari dan memberikan pemecahan masalah (*solution*) terhadap berbagai permasalahan yang ditemukan. Pada tahap terakhir ini setelah ditemukan berbagai permasalahan yang dihadapi maka dicarikan solusi guna memberikan suatu input atau masukan agar apa yang menjadi kendala dan hambatan selama ini dapat terselesaikan.

2.3 Pengembangan Hipotesis

Sejumlah studi empiris terdahulu telah menemukan bahwa ada yang hubungan positif antara kemampuan inovasi dan kinerja perusahaan. Favre *et al* (2000) menyimpulkan bahwa inovasi memiliki dampak positif terhadap perusahaan keuntungan. Diederer *et al* (2002) mengemukakan bahwa perusahaan inovatif menunjukkan keuntungan yang jauh lebih tinggi dan angka pertumbuhan yang signifikan dibanding perusahaan yang tidak inovatif. McAdam and Keogh (2004) menyelidiki hubungan antara kinerja perusahaan dengan kemampuan inovasi. Mereka menemukan bahwa kecenderungan perusahaan untuk melakukan inovasi

sangat penting dalam persaingan lingkungan agar dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang lebih tinggi. Oleh karena itu hipotesis dapat dikembangkan sebagai berikut:

H1: Kemampuan inovasi berpengaruh positif terhadap kualitas produk

Garvin (1987) melaporkan bahwa peningkatan kualitas membuat perusahaan meningkatkan pangsa pasar mereka, nilai produk, harga dan keuntungan finansial. Jacobson dan Aaker (1987) menyatakan bahwa kualitas produk memiliki dampak positif pada pengembalian investasi, pangsa pasar dan harga produk. Menurut Anderson *et al.* (1998) tinggi Kualitas produk secara positif mempengaruhi kepuasan pelanggan dan akibatnya keuangan kinerja sebuah perusahaan. Meninjau studi penelitian berikut, dapat ditarik kesimpulan bahwa peningkatan kualitas produk terkait dengan kenaikan penjualan dan margin laba. Hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:wqaz21Q

H2: Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

Inovasi produk diharapkan bisa memberi perusahaan yang kompetitif keuntungan melalui inovasi teknologi dan peningkatan kinerja produk. Sebaliknya, menurut Evangelista and Vezzani (2010) inovasi proses memberikan keunggulan kompetitif melalui keuntungan efisiensi/produktivitas yang diperoleh melalui pengenalan cara produksi yang lebih efektif (produk yang sudah ada). Johne and Davies (2000) menemukan bahwa inovasi dapat meningkatkan penjualan dengan meningkatkan konsumsi dan keuntungan produk tambahan bagi perusahaan. Menurut Kim *et al.* (2012), inovasi organisasi dan pasar inovasi meningkatkan efisiensi dan efektivitas sistem dan proses manajerial dengan memperoleh sumber

daya baru atau mengadopsi program baru. Selain itu, karena kualitas produk yang maksimal membuat kebutuhan dan harapan pelanggan terpenuhi, sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan. Goetsch Davis dalam (Yamit, 2011 : 8) kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, proses, manusia dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Keunggulan bersaing membutuhkan kualitas produk untuk produk dan jasanya lebih maksimal. Oleh karena itu hipotesis dapat dikembangkan sebagai berikut:

H3: Kemampuan inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

Menurut Evangelista and Vezzani (2010) inovasi proses memberikan keunggulan kompetitif melalui keuntungan efisiensi/produktivitas yang diperoleh melalui pengenalan cara produksi yang lebih efektif (produk yang sudah ada). Johne and Davies (2000) menemukan bahwa inovasi dapat meningkatkan penjualan dengan meningkatkan konsumsi dan keuntungan produk tambahan bagi perusahaan. Menurut Kim *et al.* (2012), inovasi organisasi dan pasar inovasi meningkatkan efisiensi dan efektivitas sistem dan proses manajerial dengan memperoleh sumber daya baru atau mengadopsi program baru. Oleh karena itu hipotesis dapat dikembangkan sebagai berikut:

H4: Kemampuan inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja operasional

Heskett *et al.* (1997) menyatakan bahwa peningkatan kinerja operasional menghasilkan produk yang lebih menarik dari sebuah perspektif pelanggan. Demikian pula Handfield *et al.* (1998) mencatat bahwa pengurangan pemborosan produk, ditambah dengan peningkatan produktivitas sehingga menghasilkan peningkatan kualitas produk dan keuntungan perusahaan. Selanjutnya, studi

tentang Psomas dan Fotopoulos (2009) dan Psomas *et al.* (2011) menemukan itu Praktik manajemen proses memiliki pengaruh yang kuat dan langsung terhadap peningkatan kualitas. Karena itu, Studi ini menghipotesiskan hal berikut:

H5: Kinerja operasional berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

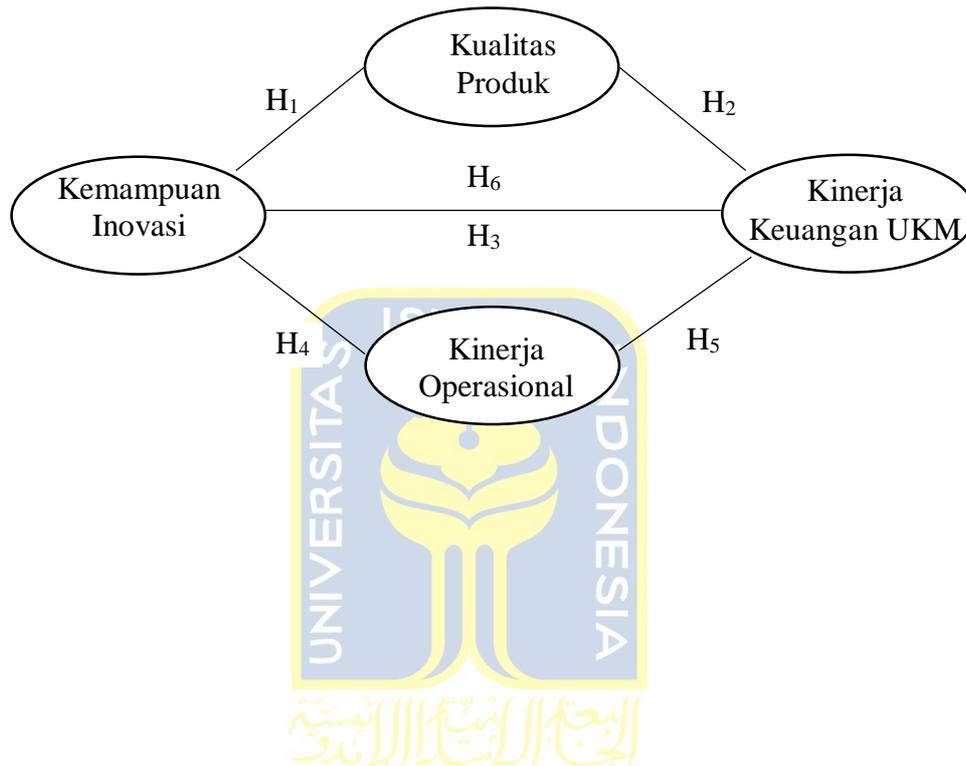
Heskett *et al.* (1997) menyimpulkan bahwa perbaikan kinerja operasional meningkatkan penjualan dan keuntungan. Peningkatan kinerja keuangan sebuah perusahaan sebagai hasil dari peningkatan kinerja operasional juga dicatat oleh Benner dan Veloso (2008). Selain itu, temuan dari studi Flynn *et al.* (1995) menunjukkan bahwa peningkatan kinerja operasional menghasilkan lebih sedikit produk yang cacat, menurunkan biaya kualitas, peningkatan produktivitas, pengiriman produk tepat waktu dan akhirnya dalam peningkatan kinerja bisnis. Jang dan Lin (2008) juga sampai pada kesimpulan bahwa kinerja operasional mempengaruhi pasar kinerja positif. Dengan mempertimbangkan studi di atas, kita mencapai hipotesis berikut:

H6: Kemampuan inovasi memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan dengan mediasi kinerja operasional dan kualitas produk

2.4 Kerangka Penelitian

Berdasarkan uraian hubungan antar variabel penelitian yang telah dijelaskan di atas, maka dapat ditunjukkan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut.

Gambar 2.4 Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

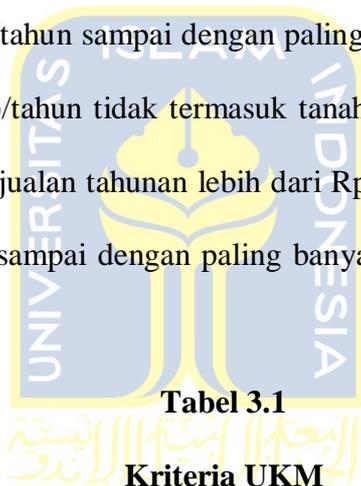
Menurut Sekaran (2006) desain penelitian (research design) adalah sebagai masalah yang berkaitan dengan keputusan mengenai tujuan penelitian (eksplorasi, deskriptif, pengujian hipotesis), lokasinya (pengaturan studi), jenis yang harus sesuai (jenis penyelidikan), sejauh mana ia dimanipulasi dan dikendalikan oleh peneliti (tingkat campur tangan peneliti), aspek temporal (horizon waktu), dan tingkat di mana data akan dianalisis (unit analisis). Penelitian ini merupakan penelitian *correlational*. Sekaran (2006) menyatakan *correlational study* digunakan ketika peneliti tertarik untuk menggambarkan variabel-variabel penting yang terkait dengan masalah tersebut, selanjutnya Sekaran menyatakan penelitian *correlational* sebagai berikut : Mengingat fakta bahwa sebagian besar waktu ada banyak faktor yang mempengaruhi satu sama lain dan masalah dalam cara yang seperti rantai, peneliti mungkin diminta untuk mengidentifikasi faktor-faktor penting yang terkait dengan masalah, daripada membangun hubungan sebab akibat. (Sekaran, 2006: 126)

3.2 Populasi dan sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sekaran dan Bougie (2013), populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh UKM kerajinan bambu yang berada di wilayah Yogyakarta. Berdasarkan data dari Bappeda Provinsi DIY jumlah seluruh

wilayah Kota Yogyakarta sebesar 106.704 UKM. Berdasarkan Undang-Undang No 20 Tahun 2008 mengenai UMKM kategori Usaha kecil (UK) adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah)/tahun sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)/tahun tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki 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). Sedangkan Kriteria Usaha Menengah (UM) adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)/tahun sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah)/tahun tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).



Tabel 3.1

Kriteria UKM

Kriteria	Kecil	Menengah
Kekayaan Bersih	Rp. 50.000.000,- s/d Rp. 500.000.000	Rp500.000.000,- s/d Rp10.000.000.000,-
Pendapatan	Rp300.000.000,00 s/d Rp2.500.000.000,00	2.500.000.000,00 s/d 50.000.000.000,00
Jumlah Tenaga Kerja	16-19	20-99

Sumber : BPS dan Undang-Undang No 20 tahun 2008

Berdasarkan kriteria yang tersebut diatas, maka kriteria UKM kerajinan bambu yang akan dipilih sebagai sampel adalah :

1. UKM kerajinan bambu dengan umur usaha minimal 2 tahun
2. UKM kerajinan bambu yang berbentuk usaha perseroan (CV/PT)
3. UKM kerajinan bambu yang memiliki karyawan.
4. UKM kerajinan bambu yang mempunyai struktur organisasi

Jumlah pengrajin bambu yang ada di Kabupaten Sleman berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) sebesar 212 yang sudah memenuhi kriteria UKM.

Alasan mengambil sampel karena beberapa alasan antara lain objek yang diteliti sifatnya mudah rusak, objek yang diteliti bersifat homogen, tidak mungkin meneliti secara fisik seluruh objek dalam populasi, untuk menghemat biaya, untuk menghemat waktu dan tenaga, serta keakuratan hasil sampling.

3.2.2 Sampel

Menurut Sekaran (2011), sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi atau jumlah lebih sedikit dari populasi. Sampel penelitian ini adalah sebagian kerajinan bambu di Kabupaten Sleman. Untuk pengujian seluruh hipotesis dalam penelitian ini digunakan metode analisis jalur atau *path analysis*. Dalam penelitian ini saya menggunakan rumus Slovin berdasarkan notasi rumus besar sample penelitian dengan populasi 212 unit usaha. Populasi dipersempit sebanyak 68 unit usaha untuk 4 kecamatan (Mlati, Minggiran, Moyoudan, Godean) dengan

margin of eror yang ditetapkan adalah sebanyak 10% atau 0,1. Perhitungannya adalah :

$$n = N/(1+(N*e^2))$$

$$\text{sehingga } n = 68/(1+(68*0,1^2))$$

$$n = 68/(1+68*0,1)$$

$$n = 68/(1,68)$$

$$n = 40,76 / 40$$

Jadi berdasarkan perhitungan di atas dapat ditentukan bahwa dalam penelitian ini sample yang digunakan adalah 40 unit usaha.

3.3 Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Kemampuan Inovasi (*Inovation Capability*) (X)

Kemampuan inovasi produk adalah kemampuan untuk membawa pengetahuan baru atau teknologi untuk mengembangkan produk baru. Kemampuan berinovasi sangat diperlukan dalam sebuah bisnis yang memiliki banyak pesaing dan rentan akan kejenuhan pelanggan. Menurut Everett M. Rogers (2003) inovasi tidak hanya berurusan dengan pengetahuan baru dan cara-cara baru, tetapi juga dengan nilai-nilai, karena harus bisa membawa hasil yang lebih baik, jadi selain melibatkan iptek baru, inovasi juga melibatkan cara pandang dan perubahan sosial. Indikator yang ada didalam kemampuan inovasi mengacu pada Kafetzopoulos dan Evangelos (2015) yaitu :

a. Inovasi Produk (*Product Innovation*)

Item pernyataannya yaitu:

- 1) Memperkenalkan dan mengembangkan produk baru

- 2) Mengembangkan produk baru dengan menggunakan mesin
- 3) Mengembangkan produk baru dengan melibatkan konsumen, tim produksi, dan pelatihan yang didapat
- 4) Penggunaan bahan baru untuk desain kerajinan baru
- 5) Modifikasi produk (perbaikan)
- 6) Penambahan teknologi baru untuk mengembangkan produk baru

b. Inovasi Proses (*process innovation*)

Item pertanyaannya yaitu:

- 1) Menjadi perintis proses baru
- 2) Kemampuan mengendalikan proses produksi, pergudangan, dan distribusi
- 3) Pengenalan proses baru melalui pameran
- 4) Mampu meningkatkan mesin dan perlengkapan yang ada

c. Inovasi Organisasi (*organizational innovation*)

Item pernyataannya yaitu:

- 1) Mengendalikan penjualan, produksi dan penggudangan dengan baik
- 2) Memiliki tingkat pengawasan/kontrol tinggi di keuangan, produksi, sdm, dan pemasaran
- 3) Memiliki kemampuan untuk mengembangkan teknik baru
- 4) Memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi strategi inovasi dari para pesaing
- 5) Memiliki kemampuan dalam identifikasi peluang-peluang dan ancaman-ancaman dari para pesaing

3.3.2 Kualitas Produk (*product quality*) (Y1)

Menurut Kotler & Amstrong (2008) arti dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan dirabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Item pernyataannya yaitu:

- a. Perbandingan kualitas produk dengan pesaing
- b. Keandalan produk
- c. Daya tahan produk
- d. Kesesuaian produk dengan spesifikasi

3.3.3 Kinerja Operasional (*operational performance*) (Y2)

Kinerja operasional biasanya diukur sebagai gabungan beberapa dimensi kinerja (Ketokivi dan Schroeder, 2004) dan mencerminkan kinerja operasi internal perusahaan sebuah perusahaan dalam hal kualitas produk/proses, efisiensi dan produktivitas (Naser et al., 2004). Item pernyataannya yaitu :

- a. Produktifitas perusahaan
- b. Efisiensi perusahaan
- c. Biaya persediaan, produksi dan penjualan
- d. Efektifitas proses perusahaan
- e. Pengiriman produk kepada konsumen tepat waktu, tempat, dan jumlah yang tepat

3.3.4 Kinerja Keuangan (*financial performance*) (Z)

Menurut Rudianto (2013) kinerja keuangan merupakan hasil atau prestasi yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam menjalankan fungsinya mengelola aset perusahaan secara efektif selama periode tertentu. Item pernyataannya yaitu :

- a. Keuntungan perusahaan
- b. Peningkatan penjualan selama tiga tahun terakhir
- Peningkatan pasar selama tiga tahun terakhir

3.4 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey, dimana informasi atau data yang diperlukan dalam penelitian dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner atau angket. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer diambil tentang kemampuan inovasi, kualitas produk, kinerja operasional dan kinerja keuangan UKM Bentuk dari penelitian ini adalah penelitian yang mempelajari hubungan sebab akibat yang terjadi, yaitu menganalisis kemampuan inovasi produk, kualitas produk, kinerja operasional dan kinerja keuangan pada UKM kerajinan bambu di empat kecamatan yang menjadi sentra kerajinan bambu di Kabupaten Sleman, yakni daerah Mlati, Moyudan, Minggir dan Godean.

Penelitian ini akan membagi kuisisioner menjadi dua bagian yang selanjutnya akan digunakan dan disajikan kepada responden. Bagian pertama mengungkapkan identitas responden. Bagian yang kedua mengungkapkan pertanyaan tentang variabel penelitian.

3.5 Uji Instrumen Penelitian

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan apa yang akan diukur. Alat analisis yang digunakan adalah uji korelasi pearson. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan signifikansi dengan tingkat kesalahan penelitian, jika $\text{sig} < \alpha (0,05)$ dan r hitung (sebuah hasil perhitungan korelasi yang biasa digunakan untuk menguji hasil uji validitas suatu instrumen penelitian) bernilai positif, maka variabel tersebut valid sedangkan jika $\text{sig} > \alpha (0,05)$, maka variabel tersebut tidak valid (Ghozali, 2016).

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat kestabilan dan konsistensi alat ukur yang digunakan untuk mengukur konsep bias dapat diminimalkan (Sekaran & Bougie, 2013). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil. Indikator untuk uji reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*, apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ menunjukkan instrumen yang digunakan reliabel.

3.6 Analisis Data

Penjelasan karakteristik data dan uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode regresi path analysis.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode-metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan. Statistik deskriptif memberikan

gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata. Standart deviasi, varian, maksimum, minimum, range, kurtosis dan skewness dengan rapi serta dapat memberikan informasi inti dari kumpulan data yang ada. Analisis deskriptif terdiri dari dua bagian yaitu deskriptif karakteristik responden dan deskripsi variabel penelitian.

3.6.2 Analisis Regresi Berganda.

Analisis data penelitian ini menggunakan uji regresi berganda. Bentuk persamaan regresi

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

Dimana :Langkah-langkah regresi berganda adalah sebagai berikut :

3.6.2.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji data bila dalam suatu penelitian menggunakan teknik analisis linier berganda. (Ghozali, 2015) menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda perlu menghindari penyimpangan asumsi klasik supaya tidak timbul masalah dalam penggunaan analisis tersebut Sebelum melakukan Pengukuran asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastitas

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen keduanya terdistribusikan secara normal atau tidak (Ghozali, 2015). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi normalitas data dapat diuji dengan kolmogorof-Smirnof, dengan pedoman pengambilan keputusan:

1. Menentukan formulasi hipotesis

H_0 : data tidak terdistribusi normal

H_1 : data terdistribusi normal

2. Menentukan taraf nyata (α) dan Asymp. Sig

Taraf nyata yang digunakan biasanya 5%.

3. Menentukan nilai uji statistic

Uji statistic menggunakan uji kolmogorof-Smirnof

4. Menentukan kriteria pengujian

H_0 diterima apabila Asymp. Sig $\geq 0,05$

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi diantara variabel bebas (Ghozali, 2015). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi dapat diketahui dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila tidak terdapat variabel bebas yang memiliki nilai Tolerance $> 0,10$ atau $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan tidak ada multikolonearitas antara variabel bebas dalam regresi.

Prosedur uji statistiknya adalah sebagai berikut, :

1. Menentukan formulasi hipotesis

H_0 : model tidak terdapat masalah multikolinieritas

H_1 : model terdapat masalah multikolinieritas

2. Menentukan tingkat tolerance

Tingkat tolerance biasanya 10%.

3. Menentukan nilai uji statistic

Uji statistic menggunakan uji tolerance dan VIF

4. Menentukan kriteria pengujian

H_0 diterima apabila $Tolerance > 0,10$ atau $VIF < 10$

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda disebut Heteroskedastisitas (Ghozali, 2015). Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan berbagai cara, salah satunya adalah dengan menggunakan uji glejser. Uji Glejser adalah uji hipotesis untuk mengetahui apakah sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregresi absolut residual. Prosedur uji statistiknya adalah sebagai berikut, :

1. Menentukan formulasi hipotesis

H_0 : model tidak terdapat masalah heteroskedastisitas

H_1 : model terdapat masalah heteroskedastisitas

2. Menentukan taraf nyata (α) dan Sig t

Taraf nyata yang digunakan biasanya 5%.

Nilai T tabel memiliki derajat bebas

3. Menentukan nilai uji statistic

Uji statistic menggunakan uji glejser

4. Menentukan kriteria pengujian

H_0 diterima apabila $\text{sig } t \geq 0,05$

3.5.2.3. Pengujian Path Analysis

Menurut Ghozali (2012) path analysis adalah penggunaan metode regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model kausal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Selanjutnya Ghozali (2012) menyatakan bahwa, analisis jalur dapat menentukan pola hubungan antara tiga variabel atau lebih namun tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kausalitas imajiner.

Variabel penelitian terbukti berhubungan langsung apabila satu variabel mempengaruhi variabel lain tanpa ada variabel ketiga yang memediasi hubungan kedua variabel tersebut, sebaliknya hubungan tidak langsung terbukti apabila terdapat variabel ketiga yang memediasi kedua variabel (Ghozali, 2012).

Menurut Hair et al. (2010) terdapat empat langkah yang harus ditempuh untuk menggunakan path analysis ini, yaitu: 1) mengembangkan model berdasarkan teori; 2) mengembangkan diagram jalur untuk menunjukkan hubungan kausalitas; 3) mengkonversi diagram jalur ke dalam serangkaian model struktural dan spesifikasi model pengukuran; dan 4) memilih matriks input dan teknik estimasi atas model yang dibangun.

Baron dan Kenny (1986) menyatakan untuk menguji mekanisme mediasi. Perlu dirumuskan tiga model, yaitu 1) model pertama menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen; 2) model kedua menguji pengaruh variabel independen sebagai variabel mediator; 3) model ketiga menguji pengaruh model

independen yang dikontrol oleh variabel mediator terhadap variabel dependen. Namun demikian dalam penelitian ini, dilakukan pengujian melalui empat tahapan, yaitu pengujian variabel mediasi terhadap variabel dependen.

Proses penarikan kesimpulan mediasi menurut Baron dan Kenny (1986) adalah apabila memenuhi sejumlah kondisi sebagai berikut:

1. Variasi tingkat variabel independen signifikan terhadap variasi variabel mediator.
2. Variasi tingkat variabel mediator signifikan terhadap variasi variabel dependen.
3. Ketika variabel tingkat variabel independen dan mediator dikontrol maka berakibat pada signifikansi variabel independen terhadap dependen. Pengaruh variabel independen terhadap dependen yang semula signifikan berubah menjadi tidak signifikan. Jika kondisi ini terjadi maka diketahui adanya mediasi sempurna. Sedangkan apabila yang terjadi adalah penurunan pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen menunjukkan adanya fungsi mediasi parsial.

Selanjutnya, dilakukan perhitungan koefisien pengaruh total. Perhitungan tersebut didasarkan pada Baron dan Kenny (1986) dan Ghazali (2012) dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Menghitung koefisien pengaruh langsung.
- 2) Menghitung pengaruh tidak langsung dengan menggunakan rumus:

Pengaruh tidak langsung = $p_2 \times p_3$.

3) Menghitung pengaruh total mediasi dengan rumus: Pengaruh total = $p1 + (p2 \times p3)$. e. Model Statistik dan Pengujian Hipotesis

Model penelitian berikut ini menunjukkan analisis yang akan dilakukan antara ke variabel independen dengan variabel pemediasi yaitu pengungkapan sukarela:

$$X = b1Y1 + b2Y2 + e1 \dots \dots \dots (Persamaan 1)$$

$$Z = b3Y1 + b4Y2 + b5X + e2 \dots \dots \dots (Persamaan 2)$$

Keterangan:

X = kemampuan inovasi

Z = Kinerja Keuangan

Y1 = Kinerja Operasional

Y2 = Kualitas Produk

Dalam penelitian ini tingkat signifikansi (β) yang digunakan sebesar 5%. Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis didasarkan pada signifikansi p-value (probability value). Jika $p\text{-value (signifikan)} > \beta$, maka hipotesis alternatif ditolak. Sebaliknya jika $p\text{-value (signifikan)} < \beta$, maka hipotesis alternatif diterima, sedangkan kriteria penerimaan hipotesis untuk mekanisme mediasi, didasarkan hasil analisis jalur. Variabel penelitian terbukti berhubungan langsung apabila satu variabel mempengaruhi variabel lain tanpa ada variabel ketiga yang memediasi hubungan kedua variabel tersebut, sebaliknya hubungan tidak langsung terbukti apabila terdapat variabel ketiga yang memediasi kedua variabel (Ghozali, 2012).

3.6.2.2 Uji Hipotesis dengan Uji parsial (Uji t)

Untuk menguji hipotesis kedua dengan uji t yaitu adanya pengaruh secara parsial/individu terhadap variable dependen. Prosedur uji statistiknya adalah sebagai berikut, :

1. Menentukan formulasi hipotesis

$H_0 : \beta = \beta_0$ (tidak ada hubungan antara X dan Y)

$H_2 : \beta \neq \beta_0$ (ada hubungan antara X dan Y)

2. Menentukan taraf nyata (α) dan t tabel

Taraf nyata yang digunakan adalah 5%.

Nilai t tabel memiliki derajat bebas

3. Menentukan nilai uji statistic

Uji statistic menggunakan uji t

3. Menentukan kriteria pengujian

H_0 diterima apabila pvalue (sig. t) $\geq 0,05$

3.6.2.3 Koefisien determinasi

Koefisien determinasi menunjukkan prosentase besarnya pengaruh semua variabel independenterhadap nilai variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi dari 0 sampai 1. Semakin medekati nol, maka semakin kecil pengaruhnya,sebaliknya semakin mendekati satu maka besar pengaruh variabelindependen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016).

3.6.2.4 Uji Hipotesis dengan Uji Serentak (Uji F)

Uji F adalah uji yang dilakukan untuk menguji model secara keseluruhan, melihat keterkaitan variabel bebas secara bersama-sama dalam mempengaruhi variabel terikat. Prosedur uji statistiknya adalah sebagai berikut, :

1. Menentukan formulasi hipotesis

H_0 : model tidak memenuhi kelayakan model

H_1 : model memenuhi kelayakan model

2. Menentukan taraf nyata (α) dan F tabel

Taraf nyata yang digunakan biasanya 5%.

Nilai F tabel memiliki derajat bebas

3. Menentukan nilai uji statistic

Uji statistic menggunakan uji F

4. Menentukan kriteria pengujian

H_0 diterima apabila $\text{Sig. F} \geq 0,05$



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan hasil penelitian mengenai pengaruh kemampuan inovasi terhadap kualitas produk dan kinerja operasional serta dampaknya pada kinerja keuangan pada UKM kerajinan bambu di Kabupaten Sleman. Data yang digunakan merupakan data primer hasil kuesioner yang berjumlah 40 orang responden. Pembahasan ini meliputi uraian tentang identitas responden, deskripsi variabel penelitian, dan pengujian hipotesis penelitian.

4.1 Uji Instrumen Penelitian

4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah uji korelasi pearson. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan signifikansi dengan tingkat kesalahan penelitian, jika $\text{sig} < \alpha (0,05)$ dan r hitung (sebuah hasil perhitungan korelasi yang biasa digunakan untuk menguji hasil uji validitas suatu instrumen penelitian) bernilai positif, maka variabel tersebut valid sedangkan jika $\text{sig} > \alpha (0,05)$, maka variabel tersebut tidak valid (Ghozali, 2016). Berikut adalah hasil pengujian validitas variabel kemampuan inovasi :

Tabel 4.1
Hasil Uji Variabel Kemampuan Inovasi (X)

Item	r_{hitung}	Sig.	Ket
X.1	0.762	0.000	Valid
X.2	0.777	0.000	Valid
X.3	0.839	0.000	Valid
X.4	0.772	0.000	Valid
X.5	0.642	0.000	Valid
X.6	0.766	0.000	Valid
X.7	0.860	0.000	Valid
X.8	0.835	0.000	Valid
X.9	0.724	0.000	Valid
X.10	0.874	0.000	Valid
X.11	0.790	0.000	Valid
X.12	0.644	0.000	Valid
X.13	0.385	0.14	Valid

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.1 hasil pengujian validitas variabel Kemampuan Inovasi dari 40 responden diperoleh nilai signifikansi $< 0,05$. sehingga hasil pengujian menunjukkan bahwa semua item variabel Kemampuan Inovasi adalah valid kecuali butir ke 13. Berikut adalah hasil pengujian validitas variabel kinerja keuangan :

Tabel 4.2

Hasil Uji Variabel Kinerja Keuangan (Z)

Item	r_{hitung}	Sig.	Ket
Z.1	0.835	0.000	Valid
Z.2	0.745	0.000	Valid
Z.3	0.837	0.000	Valid

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.2 hasil pengujian validitas variabel kinerja keuangan dari 40 responden diperoleh nilai signifikansi $< 0,05$. Sehingga hasil pengujian menunjukkan bahwa semua item variabel kinerja keuangan adalah valid. Berikut adalah hasil pengujian validitas variabel Kinerja Operasional:

Tabel 4.3

Hasil Uji Variabel Kinerja Operasional (Y1)

Item	r_{hitung}	Sig.	Ket
Y1.1	0.772	0.000	Valid
Y1.2	0.748	0.000	Valid
Y1.3	0.779	0.000	Valid
Y1.4	0.869	0.000	Valid
Y1.5	0.822	0.000	Valid

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.3 hasil pengujian validitas variabel Kinerja Operasional dari 40 responden diperoleh nilai signifikansi $< 0,05$. sehingga hasil pengujian menunjukkan bahwa semua item variabel Kinerja Operasional adalah valid. Berikut

adalah hasil pengujian validitas variabel kemampuan inovasi:

Tabel 4.4
Hasil Uji Variabel Kualitas Produk (Y2)

Item	r_{hitung}	Sig.	Ket
Y2.1	0.426	0.006	Valid
Y2.2	0.356	0.024	Valid
Y2.3	0.386	0.014	Valid
Y2.4	0.394	0.012	Valid

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.4 hasil pengujian validitas variabel Kualitas Produk dari 40 responden diperoleh nilai signifikansi $< 0,05$. sehingga hasil pengujian menunjukkan bahwa semua item variabel kualitas produk adalah valid.

4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang dilakukan menggunakan *Alpha Cronbach*. Hasil pengujian reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach* yang diperoleh masing-masing variabel disajikan dalam Tabel 4.5 berikut :

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>
Kemampuan Inovasi	0.753
Kinerja Keuangan	0.791
Kinerja Operasional	0.777

Kualitas Produk	0.789
-----------------	-------

Sumber: Data Diolah, 2020

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa nilai *Alpha Cronbach* untuk setiap variabel memiliki nilai lebih dari 0,600 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang ada dalam penelitian ini mempunyai realibilitas yang baik. Dari hasil pengujian validitas serta reliabilitas, dapat diperoleh kesimpulan bahwa kuesioner yang digunakan telah layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.2 Hasil Analisis Deskriptif

4.2.1 Karakteristik UKM

Distribusi umur usaha UKM kerajinan bambu dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut.

Tabel 4.6
Deskripsi Lama Usaha

Umur Usaha	Frekuensi	%
< 5 Tahun	7	17,5
6 - 10 Tahun	11	27,5
> 10 Tahun	22	55,0
Total	40	100

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan bahwa dari 40 sampel yang diambil UKM Kerajinan Bambu di Kabupaten Sleman sudah berdiri selama di atas 10 tahun yaitu sebanyak 22 UKM (55,0%). Hal ini memperlihatkan bahwa rata-rata UKM sudah cukup lama berdiri. UKM dalam masa yang sudah lama berdiri perlu

melakukan hal dalam berbagai kegiatan untuk mendukung bisnis mereka. Kegiatan tersebut dapat berupa mempertahankan kemampuan inovasi, kinerja operasional dan kualitas produknya.

Distribusi UKM berdasarkan modal kerja dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7

Deskripsi Jumlah Karyawan

Jumlah Karyawan	<i>Frekuensi</i>	%
< 5 orang	16	40
6-10 orang	18	45
> 10 orang	6	15
Total	40	100

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa dari 40 sampel yang diambil, mayoritas UKM kerajinan bambu memiliki karyawan antara 6-10 orang yaitu sebanyak 18 UKM (45,0%). Banyaknya jumlah karyawan dapat menunjukkan semakin besarnya usaha UKM yang telah dijalankan oleh para pengusaha UKM tersebut dalam menjalankan roda usahanya, sehingga banyaknya karyawan ini diharapkan dapat menambah kekuatan internal perusahaan, karena karyawan yang memiliki mobilitas yang tinggi bisa ditempatkan pada bagian inovasi produk agar memiliki daya saing yang memumpuni.

Distribusi UKM berdasarkan posisi dalam perusahaan dapat dilihat pada Tabel 4.9

Tabel 4.8
Lama Bekerjasama Dengan Pemasok

Jangka Waktu	<i>Frekuensi</i>	%
<5 tahun	4	10
6-10 tahun	24	60
>10 tahun	12	30
Total	40	100

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa dari 40 sampel yang diambil, berdasarkan lamanya bekerjasama dengan pemasok menunjukkan sebagian besar telah bekerjasama antara 6-10 tahun yaitu sebanyak 24 UKM atau sebesar 60,0%. Hal ini menunjukkan bahwa UKM sudah cukup lama menjalin kerjasama dengan para pemasok.

4.2.2 Variabel Penelitian

Statistik deskriptif memiliki fungsi untuk mengetahui karakteristik atau sifat dari masing-masing variabel penelitian. Statistik deskriptif menguraikan dan menunjukkan standar deviasi, nilai minimum serta nilai maksimum dari setiap variabel, dan nilai rata-rata dari setiap variabel. Hasil analisis data penelitian dari jawaban 100 responden pada kuesioner penelitian untuk masing-masing variabel penelitian akan diuraikan dengan statistik deskriptif.

Variabel penelitian ini diukur menggunakan skor terendah 1 (sangat rendah) dan skor tertinggi 5 (sangat tinggi). Kriteria penilaian responden terhadap *item* pertanyaan yang dilakukan dengan interval sebagai berikut:

Skor persepsi terendah: 1

Skor persepsi tertinggi: 5

Interval: $(5-1) / 5 = 0,8$

Sehingga diperoleh batasan persepsi adalah sebagai berikut:

1,00 – 1,80 = sangat tidak baik

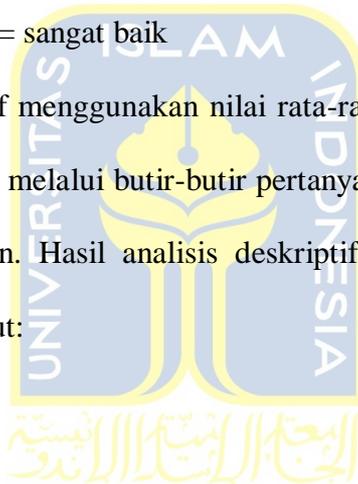
1,81 – 2,60 = tidak baik

2,61 – 3,40 = cukup baik

3,41 – 4,20 = baik

4,21 – 5,00 = sangat baik

Analisis deskriptif menggunakan nilai rata-rata. Penelitian ini terdiri dari 4 variabel yang dianalisis melalui butir-butir pertanyaan atau pernyataan yang telah dijawab oleh responden. Hasil analisis deskriptif variabel penelitian disajikan dalam Tabel 4.11 berikut:



Tabel 4.9

Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	Skor Rata-Rata			
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Def.
Kemampuan Inovasi	2,00	5,00	3,83	0,531
Kinerja Keuangan	2,33	5,00	3,99	0,520
Kinerja Operasional	3,00	5,00	4,14	0,456
Kualitas Produk	2,75	5,00	3,86	0,863

Sumber : Data Diolah, 2020

Berdasarkan hasil statistik deskriptif pada Tabel 4.11 menunjukkan hasil penilaian responden terhadap variabel penelitian. Berdasarkan Tabel 4.11 menunjukkan skor rata-rata variabel kemampuan inovasi adalah 3,83 sehingga masuk dalam kategori baik. Selanjutnya skor rata-rata variabel kinerja keuangan adalah 3,99 sehingga masuk dalam kategori baik. Variabel kinerja operasional memiliki skor rata-rata 4,14 sehingga masuk dalam kategori baik. Terakhir skor rata-rata pada variabel kualitas produk adalah 3,86 sehingga masuk dalam kategori baik. Oleh karena itu, rata-rata UKM sudah mampu menerapkan kinerja keuangan secara baik.

4.3 Analisis Inferensial

4.3.1 Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan model regresi yang terbaik, maka dibutuhkan sifat tidak bias linier terbaik (BLUE/ *Best Linier Unbiased Estimator*) dari prediktor. Untuk mendapatkan persamaan regresi yang memenuhi persyaratan BLUE ini, dibutuhkan serangkaian pengujian, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

4.3.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk mengetahui data yang dikumpulkan memiliki distribusi normal atau tidak dalam persebarannya. Sehingga, harus dilakukan dahulu uji normalitas data dengan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan signifikansi sebesar 5%. Pengujian dilakukan terhadap nilai residual dari model regresi karena jika terdapat normalitas, maka nilai residual akan terdistribusi secara normal dan independen (Ghazali, 2011). Hipotesis yang digunakan adalah:

H_0 = berdistribusi normal

H_a = tidak berdistribusi normal

Dengan pengambilan keputusannya adalah:

- 1) Jika nilai signifikansi < 0.05 maka H_0 ditolak
- 2) Jika nilai signifikansi > 0.05 maka H_0 diterima

Jika signifikansi pada nilai *Kolmogorov-Smirnov* $< 0,05$, maka H_0 ditolak, yang berarti data berdistribusi tidak normal. Jika signifikansi pada nilai *Kolmogorov-Smirnov* $> 0,05$, maka H_0 diterima, yang berarti berdistribusi normal (Ghozali, 2011). Hasil pengujian disajikan pada Tabel 4.12 berikut.

Tabel 4.10

Hasil Uji Normalitas (Uji *Kolmogorov-Smirnov*)

Jumlah Data (N)	Nilai K-S	Signifikansi
40	0.118	0,171

Sumber: Data DIolah, 2020

Tabel 4.12 menunjukkan hasil dari pengujian data yang telah dilakukan. Hasilnya nilai signifikansi memiliki nilai lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

4.3.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau variabel independen. Untuk mengetahui apakah ada kolinearitas yang tinggi atau tidak pada variabel independen, indikator yang digunakan dalam nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Hasil analisis terhadap kedua indikator tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.13 berikut:

Tabel 4.11

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	Keputusan
Kemampuan Inovasi	0,375	2,089	Tidak Multikolinieritas
Kinerja Operasional	0,620	1,163	Tidak Multikolinieritas
Kualitas Produk	0,479	1,695	Tidak Multikolinieritas

Sumber : Data DIolah, 20120

Nilai patokan yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≥ 10

(Ghozali, 2011). Tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel Kemampuan Inovasi (X), Kualitas Produk (Y1) Kinerja Operasional (Y2) dan Kinerja keuangan (Z) dalam penelitian ini memiliki nilai lebih besar dari 0,10 sedangkan nilai *VIF* lebih kecil dari 10. Sehingga kesimpulan dari pengujian ini adalah tidak ditemukan gejala multikolinearitas antara masing-masing variabel independen dalam model regresi.

4.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang dilakukan terjadi adanya ketidaksamaan varians dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan lain. Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan Uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan meregresi nilai absolut dari residualnya. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka model regresi tersebut tidak memiliki gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

Tabel 4.12
Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Variabel	Signifikansi	Keputusan
Kinerja Operasional	0,023	Tidak Heteroskedatistas
Kualitas Produk	0,325	Tidak Heteroskedatistas
Kemampuan Inovasi	0,639	Tidak Heteroskedatistas

Sumber: Data Diolah, 2020

Uji heteroskedastisitas (Uji Glejser) yang tersaji pada tabel 4.14 menunjukkan bahwa variabel kemampuan inovasi (X) kualitas produk (Y1) dan kinerja operasional (Y2) dalam penelitian memiliki nilai signifikansi lebih besar

dari nilai α (0,01/0,05/0,1). Sehingga persamaan regresi linier bebas dari heteroskedastisitas.

4.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel Kemampuan Inovasi (X1) melalui Kualitas Produk dan (Y1) Kinerja Operasional (Y2) terhadap Kinerja keuangan (Z) Kedua metode analisis regresi linear tersebut dilakukan menggunakan *software* IBM SPSS 24.

Untuk mengetahui tingkat ketepatan fungsi regresi, diukur dari *goodness of fit* yang secara statistik dapat dilihat dari nilai *adjusted R²*, nilai statistik t, dan nilai statistik F. Apabila nilai uji statistik t berada di bawah 0,05, maka H_0 ditolak.

Hipotesis pertama hingga hipotesis ketiga bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kemampuan Inovasi (X1) melalui Kualitas Produk dan (Y1) Kinerja Operasional (Y2) terhadap Kinerja keuangan (Z). Hasil pengujian hipotesis pertama hingga hipotesis ke enam dapat dilihat pada Tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.13

Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Dependen Kemampuan Inovasi (X)

Variabel	Koef.	t hitung	Sig.	Keputusan
Konstanta				
Kualitas Produk (b1)	0,557	4,921	0,000	Signifikan
Kinerja Operasional (b2)	0,362	3.204	0,003	Signifikan

Adjusted R Square=0,605 , R Square=625 dengan F hit=41,356 dan Sig.=0.000

Sumber: Data Diolah, 2020

Tabel 4.14

Dependen Kinerja Keuangan (Z)

Variabel	Koef.	t hitung	Sig.	Keputusan
Konstanta	0.001	1,772	0,085	
Kualitas Produk (b3)	-0,450	-3,023	0,005	Signifikan
Kinerja Operasional (b4)	0,624	4,765	0,000	Signifikan
Kemampuan Inovasi (b5)	0,475	2,818	0,008	Signifikan
<i>Adjusted R Square=0,585 , R square=0,617 dengan F hit=19,358 dan Sig.=0.000</i>				

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.14 didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$X = b1Y1 + b2Y2 + e1 \dots \dots \dots \text{(Persamaan 1)}$$

$$Z = b3Y1 + b4Y2 + b5X + e2 \dots \dots \dots \text{(Persamaan 2)}$$

Keterangan:

X = kemampuan inovasi

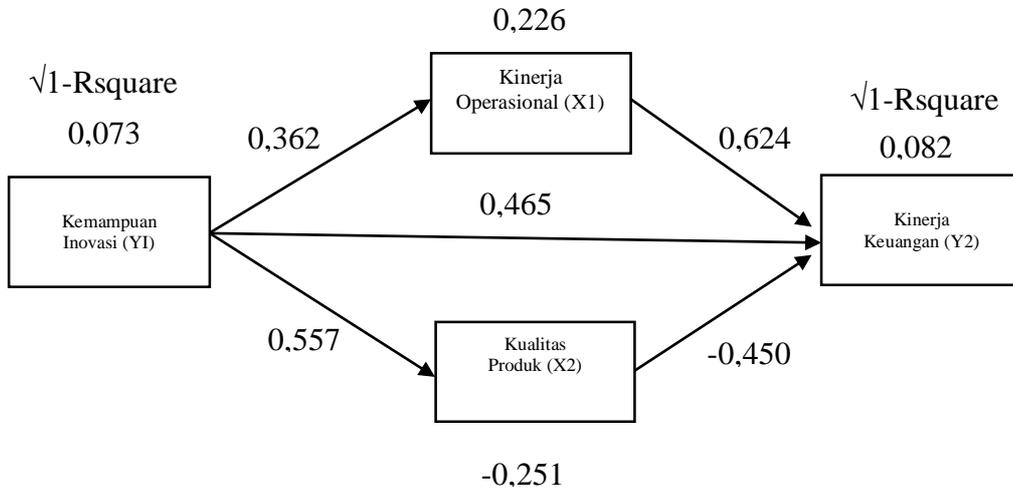
Z = Kinerja Keuangan

Y1 = Kinerja Operasional

Y2 = Kualitas Produk

$$X = 0,557Y1 + 0,362Y2 + E1$$

$$Z = -0,450Y_1 + 0,624Y_2 + 0,475X + E_2$$



Gambar 4.1 Persamaan Regresi

Pengujian Hipotesis 1 hingga Hipotesis 6 dalam penelitian ini menggunakan metode regresi analisis jalur. Berdasarkan regresi dengan model pertama pada Tabel 4.15 nilai signifikansi seluruh variabel independen sebesar 0,000 di bawah nilai α (0,05), sehingga variabel-variabel independen kemampuan inovasi (X) berpengaruh terhadap kualitas produk (Y1) dan kinerja operasional (Y2). Nilai *Adjusted R²* mempunyai nilai sebesar 0,625. Hal ini berarti 62,5% kemampuan inovasi dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen, yakni kualitas produksi (Y1), kinerja operasional (Y2) sedangkan sisanya (100% - 62,5% = 37,5%) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Regresi dengan model kedua pada Tabel 4.16 nilai signifikansi seluruh variabel independen sebesar 0,000 di bawah nilai α (0,05), sehingga variabel-variabel independen, kemampuan inovasi (X) kualitas produk (Y1), kinerja dan operasional (Y2) berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Nilai *Adjusted R²* mempunyai nilai sebesar 0,585. Hal ini berarti 58,5% kemampuan inovasi dapat

dijelaskan oleh variabel-variabel independen, yakni kualitas produksi (Y1), kinerja operasional (Y2) sedangkan sisanya ($100\% - 58,5\% = 41,5\%$) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

a. Pengaruh Kemampuan Inovasi Terhadap Kualitas Produk

Hipotesis pertama dalam penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

Ho : $b_1=0 \Rightarrow$ tidak berpengaruh positif antara kemampuan inovasi terhadap kualitas produk

Ha : $b_1 \neq 0 \Rightarrow$ terdapat pengaruh positif antara kemampuan inovasi terhadap kualitas produk

Berdasarkan Tabel 4.13 diperoleh nilai signifikansi kemampuan inovasi sebesar 0.000 lebih kecil daripada α (0.05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif antara kinerja operasional dan kemampuan inovasi. Hal ini berarti sesuai dengan H_1 .

b. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kinerja Keuangan

Hipotesis kedua dalam penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

Ho : $b_4=0 \Rightarrow$ tidak berpengaruh positif antara kualitas produk terhadap kinerja keuangan

Ha : $b_4 \neq 0 \Rightarrow$ terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap kinerja keuangan

Berdasarkan Tabel 4.14 diperoleh nilai signifikansi kualitas produk sebesar 0.005 lebih kecil daripada α (0.05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial

terdapat pengaruh positif antara kualitas produk dan kinerja keuangan. Hal ini berarti sesuai dengan H₂..

c. Pengaruh Kemampuan Inovasi Terhadap Kinerja Keuangan

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

H₀ : $b_4=0$ => tidak berpengaruh positif antara kemampuan inovasi terhadap kinerja keuangan

H_a : $b_4 \neq 0$ => terdapat pengaruh positif antara kemampuan inovasi dan kinerja keuangan

Berdasarkan Tabel 4.13 diperoleh nilai signifikansi kemampuan inovasi sebesar 0.008 lebih kecil daripada α (0.05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif antara kemampuan inovasi dan kinerja keuangan. Hal ini berarti sesuai dengan H₃.

d. Pengaruh Kemampuan Inovasi Terhadap Kinerja Operasional

H₀ : $b_1=0$ => tidak berpengaruh positif antara kemampuan inovasi terhadap kinerja operasional

H_a : $b_1 \neq 0$ => terdapat pengaruh positif antara kemampuan inovasi terhadap kinerja operasional

Berdasarkan Tabel 4.13 diperoleh nilai signifikansi kemampuan inovasi sebesar 0.003 lebih kecil daripada α (0.05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif antara kemampuan inovasi dan kinerja operasional. Hal ini berarti sesuai dengan H₄.

e. Pengaruh Kinerja Operasional Terhadap Kinerja Keuangan

Ho : $b_3=0 \Rightarrow$ tidak berpengaruh positif antara kinerja operasional terhadap kinerja keuangan

Ha : $b_3 \neq 0 \Rightarrow$ terdapat pengaruh positif antara kinerja operasional terhadap kinerja keuangan

Berdasarkan Tabel 4.16 diperoleh nilai signifikansi kemampuan inovasi sebesar 0.000 lebih kecil daripada α (0.05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif antara kinerja operasional dan kinerja keuangan. Hal ini berarti sesuai dengan H_5 .

f. Pengaruh kemampuan inovasi Terhadap Kinerja Keuangan Melalui Kualitas Produk dan Kinerja Operasional

Ho : $b_3=0 \Rightarrow$ tidak berpengaruh positif antara Kemampuan Inovasi terhadap kinerja keuangan melalui Kualitas Produk dan Kinerja Operasional

Ha : $b_3 \neq 0 \Rightarrow$ terdapat pengaruh positif antara Kemampuan Inovasi terhadap kinerja keuangan melalui Kualitas Produk dan Kinerja Operasional

Berdasarkan tabel 4.13 nilai koefisien kemampuan inovasi terhadap kinerja keuangan melalui Kualitas Produk sebesar -0,251. Nilai di dapat dari $Bx(1-r^2)$.

Berdasarkan tabel 4.16 nilai koefisien kemampuan inovasi terhadap kinerja keuangan melalui Kinerja Operasional sebesar 0,266. Nilai di dapat dari $Bx(1-r^2)$.

Berpengaruh positif apabila Pengaruh (N) Langsung $>$ (N) Tidak langsung.

$$NL = 0,456$$

$$NTL = 0,0251 - (-0,226) = 0,025$$

Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif antara Kemampuan Inovasi terhadap kinerja keuangan melalui Kualitas Produk dan Kinerja Operasional. Hal ini berarti sesuai dengan H₆.

Rangkuman hasil uji hipotesis dalam penelitian ini akan disajikan dalam Tabel 4.16 berikut :

Tabel 4.15

Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Keterangan
H ₁ : Kemampuan Inovasi berpengaruh positif terhadap Kualitas Produk	Diterima
H ₂ : Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan	Diterima
H ₃ : Kemampuan Inovasi berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan	Diterima
H ₄ : Kemampuan Inovasi berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional	Diterima
H ₅ : Kinerja Operasional berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan	Diterima
H ₆ : Kemampuan inovasi memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan dengan mediasi kinerja operasional dan kualitas produk	Diterima

Sumber: Data Diolah, 2020

4.5 Pembahasan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh variabel dukungan Kemampuan Inovasi (X), Kualitas Produk (Y1) Kinerja Operasional (Y2) dan Kinerja keuangan (Z). Penelitian ini diujikan pada pemilik UKM kerajinan bambu di Yogyakarta. Hasil penelitian yang telah dilakukan, pengujian enam hipotesis yang telah diungkapkan menunjukkan pengaruh positif dari keempat variabel terhadap kinerja keuangan secara signifikan.

1. Kemampuan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kualitas Produk

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) menunjukkan bahwa Kemampuan Inovasi berpengaruh terhadap Kualitas Produk. Sehingga semakin tinggi kemampuan inovasi terhadap UKM bambu maka semakin meningkatkan kualitas produk yang di buat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Garvin (1987) yang melaporkan bahwa peningkatan kualitas membuat perusahaan meningkatkan pangsa pasar mereka, nilai produk, harga dan keuntungan finansial. Jacobson dan Aaker (1987) menyatakan bahwa kualitas produk memiliki dampak positif pada pengembalian investasi, pangsa pasar dan harga produk. Menurut Anderson *et al.* (1998) tinggi Kualitas produk secara positif mempengaruhi kepuasan pelanggan dan akibatnya keuangan kinerja sebuah perusahaan Hal ini dapat disimpulkan bahwa, semakin besar kemampuan inovasi akan meningkatkan kualitas produk.

2. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan. Semakin tinggi kualitas produk yang diciptakan maka semakin positif kinerja keuangan yang didapatkan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Evangelista and Vezzani (2010) inovasi proses memberikan keunggulan kompetitif melalui keuntungan efisiensi/produktivitas yang diperoleh melalui pengenalan cara produksi yang lebih efektif (produk yang sudah ada). John and Davies (2000) menemukan bahwa inovasi dapat meningkatkan penjualan dengan meningkatkan konsumsi dan keuntungan produk tambahan bagi perusahaan. Menurut Kim *et al.* (2012), inovasi organisasi dan pasar inovasi meningkatkan efisiensi dan efektivitas sistem dan proses manajerial dengan memperoleh sumber daya baru atau mengadopsi program baru. Selain itu, karena kualitas produk yang maksimal membuat kebutuhan dan harapan pelanggan terpenuhi, sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan. Goetsch Davis dalam (Yamit, 2011 : 8) kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, proses, manusia dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Keunggulan bersaing membutuhkan kualitas produk untuk produk dan jasanya lebih maksimal. Semakin baik kualitas produk akan meningkatkan kinerja keuangan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas produk yang diciptakan akan meningkatkan kinerja keuangan.

3. Kemampuan Inovasi berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan

Hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa Kemampuan Inovasi berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan. Semakin inovatif sebuah UKM

maka akan semakin meningkat juga kinerja keuangannya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Evangelista and Vezzani (2010) inovasi proses memberikan keunggulan kompetitif melalui keuntungan efisiensi/produktivitas yang diperoleh melalui pengenalan cara produksi yang lebih efektif (produk yang sudah ada). John and Davies (2000) menemukan bahwa inovasi dapat meningkatkan penjualan dengan meningkatkan konsumsi dan keuntungan produk tambahan bagi perusahaan. Menurut Kim *et al.* (2012), inovasi organisasi dan pasar inovasi meningkatkan efisiensi dan efektivitas sistem dan proses manajerial dengan memperoleh sumber daya baru atau mengadopsi program baru. Hal ini dapat disimpulkan bahwa, semakin baik kemampuan inovasi akan meningkatkan kinerja keuangan.

4. Kemampuan Inovasi berpengaruh terhadap Kinerja Operasional

Hasil pengujian hipotesis keempat (H4) menyatakan bahwa Kemampuan Inovasi berpengaruh terhadap Kinerja Operasional. Semakin inovatif sebuah UKM maka akan semakin meningkat Kinerja operasional. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Heskett *et al.* (1997) menyatakan bahwa peningkatan kinerja operasional menghasilkan produk yang lebih menarik dari sebuah perspektif pelanggan. Demikian pula Handfield *et al.* (1998) mencatat bahwa pengurangan pemborosan produk, ditambah dengan peningkatan produktivitas sehingga menghasilkan peningkatan kualitas produk dan keuntungan perusahaan. Selanjutnya, studi tentang Psomas dan Fotopoulos (2009) dan Psomas *et al.* (2011) menemukan itu Praktik manajemen proses memiliki pengaruh yang

kuat dan langsung terhadap peningkatan inovasi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa, semakin baik kemampuan inovasi akan meningkatkan kinerja operasional.

5. Kinerja Operasional berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan

Hasil pengujian hipotesis kelima (H5) menyatakan bahwa Kinerja Operasional berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan. Semakin bagus kinerja operasional maka akan semakin meningkat Kinerja Keuangan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Heskett *et al.* (1997) menyimpulkan bahwa perbaikan kinerja operasional meningkatkan penjualan dan keuntungan. Peningkatan kinerja keuangan sebuah perusahaan sebagai hasil dari peningkatan kinerja operasional juga dicatat oleh Benner dan Veloso (2008). Selain itu, temuan dari studi Flynn *et al.* (1995) menunjukkan bahwa peningkatan kinerja operasional menghasilkan lebih sedikit produk yang cacat, menurunkan biaya kualitas, peningkatan produktivitas, pengiriman produk tepat waktu dan akhirnya dalam peningkatan kinerja bisnis. Jang dan Lin (2008) juga sampai pada kesimpulan bahwa kinerja operasional mempengaruhi pasar kinerja positif. Hal ini dapat disimpulkan bahwa, semakin baik kinerja operasional akan meningkatkan kinerja keuangan.

6. Kemampuan Inovasi memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan dengan mediasi Kinerja Operasional dan kualitas produk

Hasil pengujian hipotesis kelima (H6) menyatakan bahwa Kemampuan Inovasi memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan dengan mediasi Kinerja Operasional dan kualitas produk. Semakin bagus kinerja operasional maka akan

semakin meningkat Kinerja Keuangan. Hal ini sesuai dengan peran mediasi menurut Baron dan Kenny (1986) mediasi penuh (*fully mediated*) akan terjadi bila pengaruh variabel pemediasi terhadap variabel dependen signifikan sementara pengaruh variabel independen terhadap pemediasi tidak signifikan. Sebaliknya apabila pengaruh variabel dependen terhadap variabel pemediasi signifikan dan pengaruh variabel independen terhadap variabel pemediasi juga signifikan maka dapat dikatakan bahwa hasil temuan penelitian ini mendukung pengaruh mediasi secara parsial (*partially mediated*). Sesuai dengan penelitian Evangelista and Vezzani (2010) inovasi proses memberikan keunggulan kompetitif melalui keuntungan efisiensi/produktivitas yang diperoleh melalui pengenalan cara produksi yang lebih efektif (produk yang sudah ada). John and Davies (2000) menemukan bahwa inovasi dapat meningkatkan penjualan dengan meningkatkan konsumsi dan keuntungan produk tambahan bagi perusahaan. Menurut Kim *et al.* (2012), inovasi organisasi dan pasar inovasi meningkatkan efisiensi dan efektivitas sistem dan proses manajerial dengan memperoleh sumber daya baru atau mengadopsi program baru.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa, selain kemampuan inovasi berpengaruh langsung terhadap kinerja keuangan, kemampuan inovasi juga berpengaruh secara parsial melalui kualitas produk dan kinerja operasional sebagai variabel mediasi, sehingga kemampuan inovasi yang diimbangi dengan peningkatan kualitas dan kinerja operasional yang bagus akan meningkatkan kinerja keuangan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemampuan Inovasi berpengaruh positif terhadap Kualitas Produk. Semakin tinggi kemampuan inovasi terhadap UKM bambu maka semakin meningkat kualitas produk yang di buat . Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi kemampuan inovasi sebesar 0,557. Pada taraf signifikansi (p) $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kemampuan inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas produk Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan. Semakin tinggi kualitas produk yang diciptakan maka semakin positif kinerja keuangan yang didapatkan. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi kualitas produk sebesar -0,450. Pada taraf signifikansi (p) $0,005 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas produk yang diciptakan akan meningkatkan kinerja keuangan.
3. Kemampuan Inovasi berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan. Semakin baik kemampuan inovasinya maka akan semakin meningkat juga kinerja keuangannya. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,624. Pada taraf signifikansi (p) $0,000 < 0,05$, sehingga dapat

disimpulkan bahwa semakin baik kemampuan inovasi akan meningkatkan kinerja keuangan.

4. Kemampuan Inovasi berpengaruh terhadap Kinerja Operasional. Semakin inovatif sebuah UKM maka akan semakin meningkat Kinerja operasional. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi Kemampuan inovasi sebesar 0,362. Pada taraf signifikansi (p) $0,003 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik kemampuan inovasi akan meningkatkan kinerja operasional.
5. Kinerja Operasional berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan. Semakin bagus kinerja operasional maka akan semakin meningkat Kinerja Keuangan. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,624. Pada taraf signifikansi (p) $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik kinerja operasional akan meningkatkan kinerja keuangan.
6. Kemampuan Inovasi memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan dengan mediasi Kinerja Operasional dan kualitas produk. Semakin bagus kemampuan inovasi yang diiringi dengan kinerja operasional dan kualitas produk maka akan semakin meningkatkan Kinerja Keuangan. Hal ini ditunjukkan dengan $NL = 0,456 < NTL = 0,0251 + (-0,226) = 0,025$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh langsung kemampuan inovasi terhadap kinerja keuangan dengan pengaruh tidak langsung dari kemampuan inovasi terhadap kinerja keuangan melalui kualitas produk dan kinerja operasional sebagai mediasi sama-sama memiliki atau berpengaruh secara parsial (*partially mediated*).

Hal ini membuktikan bila keduanya baik dilakukan oleh UKM demi mencapai kinerja keuangan yang baik.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat banyak keterbatasan dalam pelaksanaannya, sehingga hal tersebut dapat dijadikan referensi serta acuan untuk penelitian lain kedepannya. Sebagian responden yang terdapat dalam penelitian ini tidak mendapat penjelasan yang mendalam tentang butir pertanyaan yang diajukan, serta setiap responden ditambah dengan tingkat yang berbeda-beda membuat masing-masing responden memiliki kemampuan yang berbeda-beda dalam menjawab kuesioner yang diajukan. Hal ini dapat menyebabkan bias tidak menunjukkan kondisi responden yang sebenarnya sehingga mengurangi keakuratan jawaban.

Masih terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja operasional yang tidak diangkat dalam penelitian ini. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan yang terdapat dalam penelitian ini baru sebesar 58,5% sehingga masih terdapat 41,5% faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.3 Saran

Setelah melakukan penelitian yang sudah dilakukan, maka penulis memberikan saran yaitu penelitian selanjutnya disarankan lebih mendalami dan menganalisis lebih lanjut tentang kinerja keuangan UKM bambu, sehingga mungkin dapat menggunakan faktor-faktor tambahan dalam meneliti kinerja operasional UKM. Selain itu, juga dapat menggunakan sasaran penelitian yang lebih luas, seperti pengusaha di bidang lain maupun tingkat usaha diatas UKM seperti usaha besar agar dapat bermanfaat bagi banyak orang. Dengan variable serta

kinerja operasional yang tinggi, maka seharusnya UKM harus mempertahankan kemampuan inovasi, kinerja operasional dan kualitas produknya. Selain itu, pemerintah juga sebaiknya memberi dorongan dan membantu para UKM bambu agar produk mereka bisa sampai berekspansi ke luar negeri. Sehingga kedepannya kemampuan inovasi, kinerja operasional dan kualitas produknya lebih optimal lagi.



DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, J.C. and Gerbing, D.W. 1998, Structural Equation Modeling In Practice: A Review And Recommended Two-Step Approach, *Psychological Bulletin*, Vol. 103 No. 3, pp. 411-423
- Becheikh, N., Landry, R. and Amara, N. 2006, Lessons From Innovation Empirical Studies In The Manufacturing Sector: A Systematic Review Of The Literature From 1993-2003, *Technovation*, Vol. 26 Nos 5/6, pp. 644-664.
- Benner, M.J. and Veloso, F.M. 2008, ISO 9000 Practices And Financial Performance: A Technology Coherence Perspective, *Journal of Operations Management*, Vol. 26 No. 6, pp. 611-629
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan Jerome McCarthy. 2008. Alih Bahasa : Diana Angelica dan Ria Cahyani. *Pemasaran Dasar-Dasar : Pendekatan Manajerial Global*. Buku 2. Edisi 16. Salemba Empat. Jakarta.
- Chang, Y., Linton, J., & Chen, M. 2012. Service Regime: An Empirical Analysis Of Innovation Patterns On Service Firms. *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 79 No. 10, pp. 1569-1582.
- Cooper, J. R. 1998. A *Multidimensional Approach to the Adoption of Innovation*. *Management Decision*, 36(8): 493-502
- Christy M. Tumbel, Altje L. Tumbel, Indrie D. Palandeng, 2016, Penerapan Sistem Manajemen Mutu Dalam Meningkatkan Kinerja Operasional Koperasi Simpan Pinjam (Studi Pada Koperasi Glaistygil Manado), *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 16 No. 03, hal 14-26
- Daghfous, N., Petrof, J., & Pons, F. 1999. Value and Adoption of Innovations: A Cross-Cultural Study. *The Journal Consumer Marketing*, 16 (4): 314-331
- Damanpour, F. 1991. Organizational Innovation: A Meta Analysis of Effect of Determinants and Moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3): 555-590
- Diederer, P., Van Meijl, H. and Wolters, A. 2002, Innovation and farm performance: the case of Dutch agriculture, in Kleinknecht, A. and Mohnen, D. (Eds), *Innovation and Firm Performance*, Palgrave, London pp. 73-85
- Evangelista, R. dan Vezzani, A. 2010, The Economic Impact Of Technological And Organizational Innovations. A Firm-Level Analysis, *Research Policy*, Vol. 39, pp. 1253-1263.
- Fahmi, Irham. 2012. *Analisis Kinerja Keuangan*, Bandung: Alfabeta

- Favre, F., Negassi, S. and Pfister, E. (2000), The Effects Of Spillovers And Government Subsidies On R&D, International R&D Cooperation and Profits, in Kleinknecht and Mohnen (Eds), Palgrave, London, pp. 201-224.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Flynn, B., Schroeder, G. and Sakakibara, S. 1995, The Impact Of Quality Management Practices On Performance And Competitive Advantage, *Decision Sciences*, Vol. 26 No. 5, pp. 659-691
- Fontana, A. 2011. *Innovate We Can: Manajemen Inovasi Dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi, Masyarakat*. Jakarta: Cipta Inovasi Sejahtera.
- Garvin, D.A. (1987), Competing On The Eight Dimensions Of Quality, *Harvard Business Review*, Vol. 65 No. 6, pp. 101-109.
- Ghozali, Imam, 2011, *Structural Equation Modeling Metode Alternatif. Dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 3*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Handfield, R., Ghosh, S. and Fawcett, S. 1998, Quality-Driven Change And Its Effects On Financial Performance, *Quality Management Journal*, Vol. 5 No. 3, pp. 13-30.
- Haryono T dan Sabar M., 2017. Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis & Manajemen*. Vol. 17, No. 2, 51 -68.
- Heskett, J.L., Jones, T.O., Loveman, G.W., Sasser, W.E. Jr and Schlesinger, L.A. 1997, *Putting The Service Profit Chain To Work*, Harvard Business Review, Vol. 72 No. 2, pp. 164-174.
- Hurley, R. & Hult, G. T. 1998. Innovation, Market Orientation and Organizational Learning: An Integration and Empirical Exemination. *Journal of Marketing*, 62(3): 42-54.
- Jacobson, R. and Aaker, D.A. 1987, The Strategic Role Of Product Quality, *Journal of Marketing*, Vol. 51 No. 4, pp. 31-44.

- Jang, W. and Lin, C. 2008, An Integrated Framework for ISO 9000 Motivation, Depth of ISO Implementation And Firm Performance, *Journal of Manufacturing Technology Management*, Vol. 19 No. 2, pp. 194-216.
- Johne, A. and Davies, R. 2000, Innovation In Medium-Sized Insurance Companies: How Marketing Adds Value, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 18 No. 1, pp. 6-14
- Jumingan . 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Ketokivi, M.A. and Schroeder, R.G. 2004, Manufacturing Practices, Strategic Fit And Performance A Routine-Based View, *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 24 No. 2, pp. 171-91
- Kim, D.Y., Kumar, V. and Kumar, U. 2012, Relationship Between Quality Management Practices And Innovation, *Journal of Operations Management*, Vol. 30 No. 4, pp. 295-315.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Alih Bahasa : Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1 dan 2. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta.
- Latan, H. dan Ghozali, I., 2015. *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Martinez, J. A., Gamero, J., & Tamayo, J. A. 2011. Analysis Of Innovation In Smes Using An Innovative Capability-Based Non-Linear Model: A Study In The Province of Seville (Spain). *Journal of Technovation* , 459-475
- McAdam, R. and Keogh, K. 2004, Transitioning Towards Creativity And Innovation Measurement In SMEs, *Creativity and Innovation Management*, Vol. 13 No. 2, pp. 126-141.
- Mukti MA, Sri L dan Devani LI. 2006, Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Industri Knalpot Di Kabupaten Purbalingga, *Jurnal Manajemen FE*, Vol 6. 8-20. Unsoed, Purwokerto
- Naranjo-Valencia, J. C., Jiménez, D. J., & Sanz-Valle, R. 2012. Es La Cultura Organizativa Un Determinante De La Innovación En La Empresa? *Cuadernos de Economía y Direccion de La Empresa*, 15(2), 63–72

- Naser, K., Karbhari, Y. and Mokhtar, M.Z. 2004. Impact of ISO 9000 Registration On Company Performance: Evidence From Malaysia, *Managerial Auditing Journal*, Vol. 19 No. 4, pp. 509-516
- Pervaiz Ahmed K, & Shepherd, Charles D. 2010. *Innovation Management*. New Jersey: Pearson Education
- Porter, M.E. 1990. Competitive Strategy - Technique For Analyzing Industries And Competitive. *The Free Press*, 145-156
- Psomas DKE., 2015, The Impact Of Innovation Capability On The Performance Of Manufacturing Companies, *Journal of Manufacturing Technology Management*, Vol. 26 Iss 1 pp. 104 – 130.
- Psomas, E. and Fotopoulos, C. 2009, A Meta Analysis of ISO 9001:2000 Research – Findings And Future Research Proposals, *International Journal of Quality and Services Sciences*, Vol. 1 No. 2, pp. 128-144.
- Quinn, J. B., Baruch, J., & Zien, K. A. 1996. Software Based Innovation. *Sloan Management Re-view*, 37(4): 11–24.
- Rajapathirana R.P. Jayani, Yan Hui, 2018, Relationship Between Innovation Capability, Innovation Type, And Firm Performance, *Journal of Innovation & Knowledge*. 3. 44–55.
- Rita. 2010. Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan Manufaktur, *Binus Business Review*, Vol.1 No.2. 474-487.
- Rogers M. Everett., 2003. *Diffusion of Innovation 5th Edition*, Free Press. New York.
- Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Erlangga
- Schroeder, R.G. 2007. *Manajemen Operasi (Pengambilan Keputusan dalam Fungsi Operasi)*. Erlangga, Jakarta
- Sekaran, Uma., 2011, *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger., 2013, *Research Methods for Business*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd
- Siagian, Sondang. 2007. *Fungsi-Fungsi Manajerial Edisi Revisi*. Jakarta. Bumi Aksara
- Tidd, J. and J. Bessant, K. 2005. *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. Chichester: John Wiley & Sons.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta

Wiyono G., 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: Percetakan STIM YKPM

Wonglimpiyarat J., 2010. *Economic Innovation Challenges Of Financial And Tax Auditing*, 2(12), 290-298

Zimmerer, Thomas W Dkk. 2008. *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*. Edisi 5 *Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth :
Bapak/Ibu
Pemilik/Pimpinan UKM
Kerajinan Bambu Di Kabupaten Sleman

Dengan Hormat,

Bersama ini saya :

Nama : Diko Agastha Sindo
No. Mhs : 15311320
Instansi : Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Mohon bantuan Bapak/Ibu untuk dapat meluangkan menjawab pertanyaan yang terlampir dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Kemampuan Inovasi terhadap Kualitas Produk dan Kinerja Operasional Serta Dampaknya pada Kinerja Keuangan (Studi pada UKM Kerajinan Bambu di Kabupaten Sleman)”. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan merupakan data yang sangat kami perlukan dalam penelitian untuk penulisan skripsi, yang merupakan tugas akhir untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Demikian sekiranya Bapak/Ibu/Saudara/i bersedia memberikan jawaban yang sejujurnya atas pertanyaan tersebut.

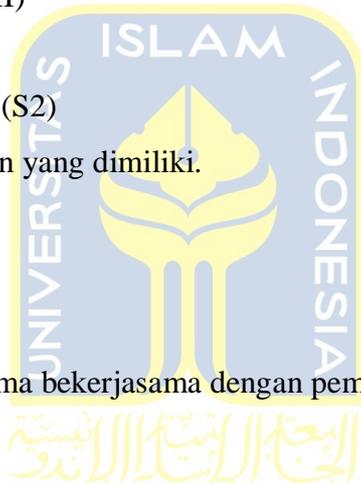
Atas perhatian dan kesediaannya saya ucapkan banyak terima kasih.

Yogyakarta, Januari 2020
Hormat Saya

Diko Agastha Sindo

A. Identitas responden

1. Nama UKM :
2. Alamat :
3. Sudah berapa lama usaha Bapak/Ibu berdiri?
 - a. ≤ 5 tahun
 - b. 6 – 10 tahun
 - c. > 10 tahun
4. Pendidikan formal yang dimiliki Bapak/Ibu.
 - a. SD/SMP
 - b. SMU atau yang sederajat
 - c. Diploma (DIII)
 - d. Sarjana (SI)
 - e. Pascasarjana (S2)
5. Jumlah karyawan yang dimiliki.
 - a. ≤ 5 orang
 - b. 6-10 orang
 - c. > 10 orang
6. Sudah berapa lama bekerjasama dengan pemasok?
 - a. ≤ 5 tahun
 - b. 6 – 10 tahun
 - c. > 10 tahun
7. Apakah saat ini UKM Anda sudah melakukan Ekspor?
 - a. Ya
 - b. Tidak
8. Saudara sudah bekerja di perusahaan :
 - a. ≤ 3 tahun
 - b. 4 – 6 tahun
 - c. 7 – 9 tahun



B. Kuesioner Penelitian

Berilah jawaban pernyataan berikut sesuai dengan pendapat anda, dengan cara memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS: Sangat Tidak Setuju

KEMAMPUAN INOVASI

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	UKM memperkenalkan dan mengembangkan produk baru					
2	UKM mengembangkan produk baru dengan melibatkan konsumen, tim produksi, dan pelatihan yang didapat					
3	UKM menggunakan bahan baru untuk desain kerajinan baru					
4	UKM melakukan modifikasi produk agar menarik konsumen					
5	UKM menggunakan teknologi baru untuk mengembangkan produk baru					
6	UKM menjadi perintis proses pada pembuatan produk baru					
7	UKM mampu mengendalikan proses produksi, pergudangan, dan distribusi					
8	UKM melakukan pengenalan proses baru melalui pameran					
9	UKM memperbarui mesin dan perlengkapan setiap tahun					
10	UKM Mengendalikan penjualan, produksi dan penggudangan dengan baik					
11	UKM Memiliki kemampuan untuk mengembangkan teknik baru					
12	UKM Memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi strategi inovasi dari para pesaing					
13	UKM Memiliki kemampuan dalam identifikasi peluang-peluang dan ancaman-ancaman dari para pesaing					

KUALITAS PRODUK

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	UKM Memiliki kualitas produk yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing					
2	Produk yang diciptakan memiliki keandalan produk yang baik					
3	Produk yang diciptakan memiliki daya tahan produk yang baik					
4	Tingginya kesesuaian produk dengan spesifikasi yang telah ditentukan					

KINERJA OPERASIONAL

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Perusahaan memiliki produktifitas yang baik dalam menjalankan usahanya					
2	Efisiensi yang telah di capai perusahaan dilakukan guna menekan biaya produksi					
3	Dalam 3 tahun terakhir telah terjadi penekanan biaya persediaan, produksi dan penjualan					
4	Perusahaan berusaha memperbaiki prosedur dan proses untuk mencapai produktifitas yang lebih besar					
5	Pengiriman produk kepada konsumen tepat waktu, tempat, dan dalam jumlah yang tepat					

KINERJA KEUANGAN

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Keuntungan perusahaan yang meningkat					
2	Peningkatan penjualan selama tiga tahun terakhir					
3	Peningkatan pasar selama tiga tahun terakhir					

LAMPIRAN 2

No	Kemampuan Inovasi (KI)															Kualitas Produk (KP)					Kemiripan Operasional (KO)					Kemiripan Keuangan (KK)					
	KI1	KI2	KI3	KI4	KI5	KI6	KI7	KI8	KI9	KI10	KI11	KI12	KI13	KI14	KI15	Rand2	KP1	KP2	KP3	KP4	Rand2	KO1	KO2	KO3	KO4	KO5	Rand2	KK1	KK2	KK3	Rand2
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	5	4	5	4	4,50	4	5	4	4	4	4,20	4	4	4	4,00
2	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4,64	5	5	4	4	4,75	4	4	5	4	4	4,40	4	4	4	4,00
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2,00	4	4	4	2	3,50	3	3	3	3	3	3,00	3	3	1	2,33
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	5	5	4,40	4	4	5	4,33
6	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4,09	4	4	4	4	4,00	4	3	4	4	4	3,80	3	3	4	3,33
7	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3,45	4	3	4	4	3,75	4	4	5	4	4	4,20	5	4	5	4,67
8	5	4	4	3	5	3	3	5	3	3	3	3	5	3	4	3,73	3	3	3	3	3,00	4	4	5	5	5	4,60	5	5	5	5,00
9	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	5	3	3,36	3	3	3	3	3,00	3	4	3	4	3	3,40	4	5	3	4,00
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	5	5	5	4,60	5	4	3	4,00
11	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3,45	4	4	3	3	3,75	4	4	5	4	4	4,40	4	4	3	3,67
12	4	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3,27	3	3	3	3	3,00	4	3	4	3	3	3,40	3	4	3	3,33
13	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	4,91	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
14	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3,36	4	4	3	4	3,75	4	4	4	3	3	3,80	4	4	3	3,67
15	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,18	4	4	4	3	3,75	4	4	4	3	3	3,80	4	4	4	4,00
16	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3,82	4	4	4	2	3,50	5	5	3	4	4	4,20	4	4	4	4,00
17	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3,55	4	4	4	3	3,75	4	5	4	4	4	4,40	4	5	4	4,33
18	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	5	3	3	4	3,09	3	3	2	4	2,75	4	4	3	4	4	3,80	4	4	3	3,67
19	4	4	4	4	5	4	3	5	4	3	3	5	5	3	3	4,00	4	4	3	4	3,75	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
20	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3,55	4	3	3	3	3,25	5	5	5	5	5	5,00	4	4	5	4,33
21	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3,64	4	3	3	3	3,25	4	4	3	4	4	3,80	4	4	4	4,00
22	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3,36	4	4	4	3	3,75	4	3	4	4	4	3,60	4	3	4	3,67
23	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,82	4	4	4	4	4,00	4	4	5	4	4	4,20	4	4	3	3,67
24	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3,82	4	4	3	4	3,75	4	4	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67
25	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,09	5	5	4	4	4,75	5	5	5	4	4	4,80	4	4	4	4,00
26	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3,36	3	3	4	4	3,25	4	4	4	4	4	4,00	3	3	4	3,33
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
29	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4,36	4	4	4	5	4,25	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
30	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,18	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	5	4	4	4,33
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
32	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4,64	4	4	4	5	4,25	4	4	5	5	5	4,60	5	5	5	5,00
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
34	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,91	4	3	3	3	3,25	4	3	4	4	4	3,80	4	4	3	3,67
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
36	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3,27	3	4	3	3	3,25	4	4	4	4	4	4,00	5	4	4	4,33
37	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3,45	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,40	4	5	4	4,33
39	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3,73	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	3,80	3	4	3	3,33
40	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	5	3	3	4,18	5	5	4	4	4,75	4	4	4	4	4	4,00	4	4	3	3,67

LAMPIRAN 3

Karakteristik Responden

Frequencies

Statistics

		Umur usaha	Pendidikan	Jumlah karyawn	Lama kerjasama dengan pemasok
N	Valid	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0

Frequency Table



Umur usaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ≤ 5 tahun	7	17,5	17,5	17,5
Valid 6 – 10 tahun	11	27,5	27,5	45,0
Valid > 10 tahun	22	55,0	55,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	1	2,5	2,5	2,5
Valid SMP	3	7,5	7,5	10,0
Valid SMU	28	70,0	70,0	80,0
Valid Diploma	3	7,5	7,5	87,5
Valid Sarjana S1	5	12,5	12,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Jumlah karyawn

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	≤ 5 orang	16	40,0	40,0	40,0
	6-10 orang	18	45,0	45,0	85,0
	> 10 orang	6	15,0	15,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Lama kerjasama dengan pemasok

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	≤ 5 tahun	4	10,0	10,0
	6 – 10 tahun	24	60,0	70,0
	> 10 tahun	12	30,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0



LAMPIRAN 4
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Correlations

KEMAMPUAN INOVASI

		Correlations													TOTAL
		(X1.1)	(X1.2)	(X1.3)	(X1.4)	(X1.5)	(X1.6)	(X1.7)	(X1.8)	(X1.9)	(X1.10)	(X1.11)	(X1.12)	(X1.13)	L
X1.1)	Pearson	1	.772**	.764**	.529**	.602**	.427**	.572**	.597**	.595**	.526**	.440**	.379*	.261	.762**
	Correlation														
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.006	.000	.000	.000	.000	.004	.016	.104	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.2)	Pearson	.772**	1	.681**	.641**	.414**	.567**	.624**	.665**	.505**	.574**	.490**	.346*	.269	.777**
	Correlation														
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.008	.000	.000	.000	.001	.000	.001	.029	.094	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.3)	Pearson	.764**	.681**	1	.677**	.519**	.541**	.645**	.688**	.657**	.666**	.578**	.538**	.196	.839**
	Correlation														
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.226	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.4)	Pearson	.529**	.641**	.677**	1	.282	.599**	.653**	.587**	.493**	.675**	.575**	.492**	.254	.772**
	Correlation														
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.078	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.001	.114	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.5)	Pearson	.602**	.414**	.519**	.282	1	.418**	.471**	.391*	.392*	.514**	.613**	.291	.392*	.642**
	Correlation														
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.001	.078		.007	.002	.013	.012	.001	.000	.068	.012	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.6)	Pearson	.427**	.567**	.541**	.599**	.418**	1	.785**	.519**	.474**	.707**	.592**	.365*	.324*	.766**
	Correlation														
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000	.007		.000	.001	.002	.000	.000	.020	.041	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.7)	Pearson	.572**	.624**	.645**	.653**	.471**	.785**	1	.742**	.623**	.805**	.727**	.449**	.164	.860**
	Correlation														
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.000		.000	.000	.000	.000	.004	.313	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

(X1.8)	Pearson Correlation	.597**	.665**	.688**	.587**	.391*	.519**	.742**	1	.560**	.753**	.678**	.733**	.127	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.013	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.434	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
(X1.9)	Pearson Correlation	.595**	.505**	.657**	.493**	.392*	.474**	.623**	.560**	1	.522**	.355*	.311	.532**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.001	.012	.002	.000	.000		.001	.025	.051	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
(X1.10)	Pearson Correlation	.526**	.574**	.666**	.675**	.514**	.707**	.805**	.753**	.522**	1	.858**	.675**	.154	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.001		.000	.000	.344	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
(X1.11)	Pearson Correlation	.440**	.490**	.578**	.575**	.613**	.592**	.727**	.678**	.355*	.858**	1	.621**	.108	.790**
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.025	.000		.000	.507	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
(X1.12)	Pearson Correlation	.379*	.346*	.538**	.492**	.291	.365*	.449**	.733**	.311	.675**	.621**	1	-.011	.644**
	Sig. (2-tailed)	.016	.029	.000	.001	.068	.020	.004	.000	.051	.000	.000		.948	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
(X1.13)	Pearson Correlation	.261	.269	.196	.254	.392*	.324*	.164	.127	.532**	.154	.108	-.011	1	.385*
	Sig. (2-tailed)	.104	.094	.226	.114	.012	.041	.313	.434	.000	.344	.507	.948		.014
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
TOTAL	Pearson Correlation	.762**	.777**	.839**	.772**	.642**	.766**	.860**	.835**	.724**	.874**	.790**	.644**	.385*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.014	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

KUALITAS PRODUK

Correlations

		(Y1.1)	(Y1.2)	(Y1.3)	(Y1.4)	TOTAL
(Y1.1)	Pearson Correlation	1	.783**	.877**	.478**	.426**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.006
	N	40	40	40	40	40
(Y1.2)	Pearson Correlation	.783**	1	.865**	.477**	.356*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.024
	N	40	40	40	40	40
(Y1.3)	Pearson Correlation	.877**	.865**	1	.497**	.386*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.014
	N	40	40	40	40	40
(Y1.4)	Pearson Correlation	.478**	.477**	.497**	1	.394*
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.001		.012
	N	40	40	40	40	40
TOTAL	Pearson Correlation	.426**	.356*	.386*	.394*	1
	Sig. (2-tailed)	.006	.024	.014	.012	
	N	40	40	40	40	40

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

KINERJA OPERASIONAL

Correlations

		(Y2.1)	(Y2.2)	(Y2.3)	(Y2.4)	(Y2.5)	TOTAL
(Y2.1)	Pearson Correlation	1	.703**	.440**	.536**	.538**	.772**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
(Y2.2)	Pearson Correlation	.703**	1	.356*	.600**	.435**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000		.024	.000	.005	.000
	N	40	40	40	40	40	40
(Y2.3)	Pearson Correlation	.440**	.356*	1	.622**	.570**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.005	.024		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
(Y2.4)	Pearson Correlation	.536**	.600**	.622**	1	.694**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000			.000
	N	40	40	40	40	40	40
(Y2.5)	Pearson Correlation	.538**	.435**	.570**	.694**	1	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40

TOTAL	Pearson Correlation	.772**	.748**	.779**	.869**	.822**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

KINERJA KEUANGAN (Y2)

Correlations

		(Z.1)	(Z.2)	(Z.3)	TOTAL
(Z.1)	Pearson Correlation	1	.556**	.528**	.835**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40
(Z.2)	Pearson Correlation	.556**	1	.365*	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000		.021	.000
	N	40	40	40	40
(Z.3)	Pearson Correlation	.528**	.365*	1	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.021		.000
	N	40	40	40	40
TOTAL	Pearson Correlation	.835**	.745**	.837**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

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



	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kinerja Operasional (Y2)	27.4940	8.581	.801	1.000	.777
Kualitas Produk (Y1)	27.7728	8.547	.654	1.000	.789
Kemampuan Inovasi (X)	27.7975	8.064	.858	1.000	.753
Kinerja Keuangan(Z)	27.6375	8.653	.655	1.000	.791
Skor_total	15.8143	2.734	1.000	1.000	.817

LAMPIRAN 5
HASIL UJI REGRESI BERGANDA

DEPENDEN KEMAMPUAN INOVASI

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kemampuan Inovasi	3.83	.531	40
Kinerja Operasional	4.14	.456	40
Kualitas Produk	3.86	.546	40

Correlations

		Kemampuan Inovasi	Kinerja Operasional	Kualitas Produk
Pearson Correlation	Kemampuan Inovasi	1.000	.616	.722
	Kinerja Operasional	.616	1.000	.456
	Kualitas Produk	.722	.456	1.000
Sig. (1-tailed)	Kemampuan Inovasi	.	.000	.000
	Kinerja Operasional	.000	.	.002
	Kualitas Produk	.000	.002	.
N	Kemampuan Inovasi	40	40	40
	Kinerja Operasional	40	40	40
	Kualitas Produk	40	40	40

Model Summary^c

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.722 ^a	.521	.509	.372	
2	.791 ^b	.625	.605	.334	2.011

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kinerja Operasional

c. Dependent Variable: Kemampuan Inovasi

ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.722	1	5.722	41.356	.000 ^b
	Residual	5.258	38	.138		
	Total	10.980	39			
2	Regression	6.864	2	3.432	30.855	.000 ^c
	Residual	4.116	37	.111		
	Total	10.980	39			

a. Dependent Variable: Kemampuan Inovasi

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

c. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kinerja Operasional

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.124	.425		2.645	.012
	Kualitas Produk	.702	.109	.722	6.431	.000
2	(Constant)	.001	.518		.001	.999
	Kualitas Produk	.541	.110	.557	4.921	.000
	Kinerja Operasional	.422	.132	.362	3.204	.003

a. Dependent Variable: Kemampuan Inovasi

Excluded Variables^a

Model	Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics Tolerance	
1	Kinerja Operasional	.362 ^b	3.204	.003	.466	.792

a. Dependent Variable: Kemampuan Inovasi

b. Predictors in the Model: (Constant), Kualitas Produk

Coefficient Correlations^a

Model		Kualitas Produk	Kinerja Operasional
1	Correlations	Kualitas Produk	1.000
	Covariances	Kualitas Produk	.012
2	Correlations	Kualitas Produk	1.000
		Kinerja Operasional	-.456
	Covariances	Kualitas Produk	.012
		Kinerja Operasional	-.007

a. Dependent Variable: Kemampuan Inovasi

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3.06	4.82	3.83	.420	40
Std. Predicted Value	-1.843	2.345	.000	1.000	40
Standard Error of Predicted Value	.055	.165	.086	.030	40
Adjusted Predicted Value	3.02	4.80	3.84	.416	40
Residual	-1.160	.548	.000	.325	40
Std. Residual	-3.478	1.643	.000	.974	40
Stud. Residual	-3.868	1.693	-.008	1.034	40
Deleted Residual	-1.435	.582	-.006	.367	40
Stud. Deleted Residual	-4.944	1.739	-.035	1.150	40
Mahal. Distance	.070	8.529	1.950	2.171	40
Cook's Distance	.000	1.180	.047	.186	40
Centered Leverage Value	.002	.219	.050	.056	40

a. Dependent Variable: Kemampuan Inovasi

DEPENDEN KINERJA KEUANGAN

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kinerja Keuangan	3.99	.520	40
Kinerja Operasional	4.14	.456	40
Kualitas Produk	3.86	.546	40
Kemampuan Inovasi	3.83	.531	40

Correlations

		Kinerja Keuangan	Kinerja Operasional	Kualitas Produk	Kemampuan Inovasi
Pearson Correlation	Kinerja Keuangan	1.000	.711	.177	.534
	Kinerja Operasional	.711	1.000	.456	.616
	Kualitas Produk	.177	.456	1.000	.722
	Kemampuan Inovasi	.534	.616	.722	1.000
Sig. (1-tailed)	Kinerja Keuangan	.	.000	.138	.000
	Kinerja Operasional	.000	.	.002	.000
	Kualitas Produk	.138	.002	.	.000
	Kemampuan Inovasi	.000	.000	.000	.
N	Kinerja Keuangan	40	40	40	40
	Kinerja Operasional	40	40	40	40
	Kualitas Produk	40	40	40	40
	Kemampuan Inovasi	40	40	40	40

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.711 ^a	.505	.492	.371	1.377

a. Predictors: (Constant), Kinerja Operasional

b. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.335	1	5.335	38.830	.000 ^b
	Residual	5.221	38	.137		
	Total	10.555	39			

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

b. Predictors: (Constant), Kinerja Operasional



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.638	.541		1.179	.246
	Kinerja Operasional	.811	.130	.711	6.231	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

Excluded Variables^a

Model	Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics Tolerance	
1	Kualitas Produk	-.186 ^b	-1.476	.148	-.236	.792
	Kemampuan Inovasi	.154 ^b	1.068	.293	.173	.620

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

b. Predictors in the Model: (Constant), Kinerja Operasional

Coefficient Correlations^a

Model		Kinerja Operasional
1	Correlations	Kinerja Operasional 1.000
	Covariances	Kinerja Operasional .017

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3.07	4.69	3.99	.370	40
Std. Predicted Value	-2.489	1.897	.000	1.000	40
Standard Error of Predicted Value	.059	.159	.079	.025	40
Adjusted Predicted Value	3.24	4.79	4.00	.367	40
Residual	-.741	.631	.000	.366	40
Std. Residual	-1.999	1.703	.000	.987	40
Stud. Residual	-2.213	1.749	-.005	1.026	40
Deleted Residual	-.908	.666	-.004	.396	40
Stud. Deleted Residual	-2.340	1.800	-.008	1.048	40
Mahal. Distance	.020	6.194	.975	1.414	40
Cook's Distance	.000	.552	.043	.097	40
Centered Leverage Value	.001	.159	.025	.036	40

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.922	.520		1.772	.085
	Kinerja Operasional	.712	.149	.624	4.765	.000
	Kualitas Produk	-.430	.142	-.450	-3.023	.005
	Kemampuan Inovasi	.465	.165	.475	2.818	.008

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan