

**PENGARUH PROSES *KNOWLEDGE MANAGEMENT* PADA KINERJA
OPERASIONAL YANG DIMEDIASI OLEH INOVASI PRODUK DAN
PROSES PADA INDUSTRI *FASHION* DI DAERAH ISTIMEWA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Ditulis oleh:

Nama : Rizqa Mutiara Dinza A
NIM : 17311195
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

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

2021

**Pengaruh Proses *Knowledge Management* pada Kinerja Operasional yang
Dimediasi oleh Inovasi Produk dan Proses pada Industri *Fashion* di Daerah
Istimewa Yogyakarta**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar
sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia



Oleh:

Nama : Rizqa Mutiara Dinza A
NIM : 17311195
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

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

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 5 Mei 2021

Penulis,



Rizqa Mutiara Dinza Anugrahani

**Pengaruh Proses *Knowledge Management* pada Kinerja Operasional yang
Dimediasi oleh Inovasi Produk dan Proses pada Industri *Fashion* di Daerah
Istimewa Yogyakarta**

SKRIPSI

Oleh:

Nama : Rizqa Mutiara Dinza A
NIM : 17311195
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 5 Mei 2021

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS

AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**PENGARUH PROSES KNOWLEDGE MANAGEMENT PADA
KINERJA OPERASIONAL YANG DIMEDIASI OLEH INOVASI
PRODUK DAN PROSES PADA INDUSTRI FASHION DI
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Disusun Oleh : **RIZQA MUTIARA DINZA**
ANUGRAHANI

Nomor Mahasiswa : **17311195**

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

Pada hari, tanggal: Rabu, 02 Juni 2021

Penguji/ Pembimbing Tugas Akhir : Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M.

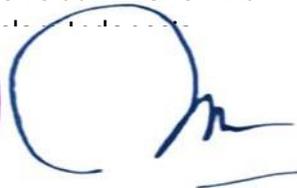


Penguji : Siti Nursyamsiah, Dra., M.M.



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika



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

**Telah dipertahankan/diuji dan disahkan untuk memenuhi syarat guna
memperoleh gelar sarjana strata - I di Program Studi Manajemen,
Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia**

Nama : Rizqa Mutiara Dinza A

NIM : 17311195

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional



Yogyakarta, 02 Juni 2021

Disahkan oleh :

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M.

Penguji : Siti Nursyamsiah, Dra., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

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

Pengaruh Proses *Knowledge Management* pada Kinerja Operasional yang Dimediasi oleh Inovasi Produk dan Proses pada Industri *Fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta

Rizqa Mutiara Dinza Anugrahani

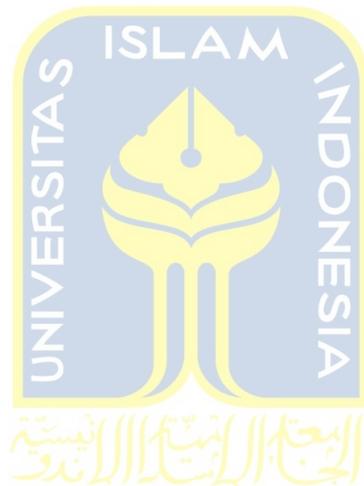
17311195@students.uii.ac.id

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia,
Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Proses *Knowledge Management* pada Kinerja Operasional yang Dimediasi oleh Inovasi Produk dan Proses pada Industri *Fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta”. Tujuan diadakannya penelitian ini untuk mengetahui apakah variabel inovasi produk dan proses dapat memediasi variabel *knowledge management* pada kinerja operasional industri *fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden UMKM di bidang *fashion*. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Hierarchical Regression Analysis* dengan pengambilan data menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh positif dari *knowledge management* terhadap inovasi produk, proses, dan kinerja operasional dan juga adanya pengaruh positif inovasi produk dan proses yang memediasi *knowledge management* dengan kinerja operasional.

Kata Kunci: *Knowledge Management*; Inovasi Produk; Inovasi Proses; Kinerja Operasional



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil'alamin, atas izin Allah SWT, penulis dimudahkan dalam penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Proses *Knowledge Management* pada Kinerja Operasional yang Dimediasi oleh Inovasi Produk dan Proses pada Industri *Fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta”. Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas dukungan dan do'a yang telah diberikan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rizki,rahmat, hingga hidayah nya agar saya bisa mengerjakan skripsi ini dengan lancar hingga selesai,
2. Keluarga tercinta terutama untuk Alm. Ayah saya Alm. M. Syamsudin dan Ibu saya Dra. Siti Azizah yang selalu mendukung dan mendoakan saya sehingga saya bisa mengerjakan skripsi ini dengan baik,
3. Sahabat-sahabat terdekat saya, terutama untuk Annisa Putri Ramadhani yang senantiasa menemani saya dan selalu ada jika saya butuhkan serta menemani saya untuk menyusun skripsi ini hingga membantu saya untuk mengambil data,
4. Anak-anak ovensent Aqila, Tania, Nismara, dan Nisul yang senantiasa membantu saya di detik-detik terakhir untuk mendaftarkan sidang dan menyemangati saya setiap hari nya,
5. Anak kontrakan geulis Rere, Erina, Syifa, Lila, dan Pavita yang mau menampung dan menyayangi saya seperti keluarga sendiri selama kuliah,

6. Tengger, Hanan, Bagas, yang selalu menanyakan terkait skripsi sehingga saya bisa paham betul cara pembuatan skripsi ini,
7. Dwinta, Alisha, Ayas, Lano, Jembrong, Tyas, Dika, dan Hanny sebagai teman pertama saya di perkuliahan,
8. Ida, Ellak, Yoga, Rena, dan Pica yang selalu menghibur dan mendukung saya untuk terus melanjutkan skripsi ini sampai dengan selesai,
9. Mbak Rateh, Mbak Mayang, Mbak Bellinda, Mas Tomat, Mbak Tata, dan Shabrina yang selama kuliah diluar bagian akademik selalu memberikan saya ilmu dan juga pembelajaran baru yang bisa berguna bagi saya di kemudian hari,
10. Keluarga besar HMJM dan juga Manifest yang memberikan saya banyak ilmu dan pembelajaran dan juga mengajarkan saya banyak hal selama kuliah diluar pembelajara akademik,
11. Teman-teman seperkuliah dan teman-teman seperbimbingan saya, terutama untuk Firman Agum yang mau membantu dan membimbing saya untuk menyusun skripsi ini hingga akhir,
12. Bapak Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi,
13. Ibu Istyakara Muslichah, SE., MBA. selaku Dosen Pembimbing Akademik,
14. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Semoga Allah SWT dapat melimpahkan Rahmat,berkah bagi kalian semua yang telah membantu dan berbuat baik kepada saya. Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan sehingga penulis mohon maaf sebesar-besarnya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta,

2021

Penulis,



Rizqa Mutiara Dinza A

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	iv
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. <i>Knowledge Management</i>	9
2.1.2. Inovasi Produk	11
2.1.3. Inovasi Proses	12
2.1.4. Kinerja Operasional	13
2.2. Penelitian Terdahulu	14
2.3. Formulasi Hipotesis	17

2.4. Kerangka Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1. Lokasi Penelitian	23
3.2. Populasi dan Sampel.....	23
3.2.1. Populasi	23
3.2.2. Sampel.....	23
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	24
3.3.1. Knowledge <i>Management</i> (X)	24
3.3.2. Inovasi Produk (M ¹).....	25
3.3.3. Inovasi Proses (M ²).....	26
3.3.4. Kinerja Operasional (Y)	27
3.4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4.1. Jenis Data.....	28
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data	28
3.4.3. Skala Pengukuran.....	29
3.5. Uji Kualitas Instrumen.....	29
3.5.1 Uji Validitas	29
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	30
3.6. Metode Analisis Data	31
3.6.1. Analisis Deskriptif.....	31
3.6.2. Analisis Inferensial	31
3.6.2.1. Uji Asumsi Klasik	31
3.6.2.2. Hierarchical Regression Analysis.....	33
3.6.2.3. Uji T	34
3.6.2.4. Uji F	35

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Hasil Uji Kualitas Instrumen.....	37
4.1.1. Hasil Uji Validitas	37
4.1.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	39
4.2. Metode Analisis Data	39
4.2.1. Analisis Deskriptif	39
4.2.1.1. Analisis Deskriptif Data Profil Responden	40
4.2.1.2. Analisis Deskriptif Variabel.....	43
4.2.2. Analisis Inferensial	47
4.2.2.1. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	47
4.2.2.2. <i>Hierarchical Regression Analysis</i>	49
4.2.2.3. Uji T	54
4.2.2.4. Uji F	56
4.3. Pembahasan.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1. Kesimpulan	66
5.2. Keterbatasan Penelitian	66
5.3. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	36
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan.....	39
Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Pendapatan dalam Satu Tahun.....	39
Tabel 4.5. Responden Berdasarkan Jabatan	40
Tabel 4.6. Responden Berdasarkan Umur Usaha	41
Tabel 4.7. Penilaian Variabel <i>Knowledge Management</i>	43
Tabel 4.8. Penilaian Variabel Inovasi Produk.....	44
Tabel 4.9. Penilaian Variabel Inovasi Proses	45
Tabel 4.10. Penilaian Variabel Kinerja Operasional	46
Tabel 4.11. Hasil Uji Normalitas.....	47
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.13. Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4.14. Hasil Regresi Persamaan 1.....	50
Tabel 4.15. Hasil Regresi Persamaan 2.....	51
Tabel 4.16. Hasil Regresi Persamaan 3.....	52
Tabel 4.17. Hasil Regresi Persamaan 4.....	53
Tabel 4.18. Hasil Uji T.....	55
Tabel 4.19. Hasil Uji F.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Penelitian..... 21



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	73
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	79
Lampiran 3. Tabulasi Data Profil Responden	84
Lampiran 4. Tabulasi Data Variabel	90
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik	105
Lampiran 6. Hasil Regresi	106



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manajemen pengetahuan (*knowledge management*) saat ini telah menjadi fenomena yang menarik dan memberikan pengaruh terhadap kinerja bisnis dalam skala global, termasuk di Indonesia. Menurut Chong et al. (2000) dan Pauleen et al. (2007), *knowledge management* merupakan suatu proses, aktivitas, teknologi infrastruktur atau budaya operasional untuk mengelola aset dan pengetahuan perusahaan yang penting bagi perusahaan. Manfaat dengan adanya *knowledge management* ini bagi perusahaan adalah untuk mengefektifkan dan mengoptimalkan kegiatan operasional atau kinerja operasional dari perusahaan. Terkait dengan adanya efektivitas dan efisiensi dalam kinerja operasional perusahaan, hal ini membuat *knowledge management* dapat mempersingkat waktu siklus produksi, mempersingkat waktu pengembangan produk, meningkatkan produktivitas dan juga kinerja pada karyawan, meningkatkan kualitas produk dan layanan kepada karyawan, memodifikasi atau merencanakan ulang proses produksi, menyediakan layanan dan produk yang inovatif, serta meningkatkan fleksibilitas (Abdallah et al, 2009; Dahiyat dan Al-Zu'bi, 2012; Slavković dan Babić, 2013).

Seiring dengan perkembangan zaman, dapat diketahui bahwa kinerja operasional perusahaan sangat berkaitan dengan adanya *knowledge management* di mana kinerja operasional perusahaan dapat dipengaruhi dengan adanya inovasi produk dan juga inovasi proses. Menurut Terry (2010), kinerja operasional dapat

diartikan sebagai kinerja proses pada perusahaan dan juga kinerja yang ada di internal perusahaan. Kinerja operasional perusahaan biasanya dikaitkan dengan efektivitas, fleksibilitas, keluaran produk, produktivitas, maupun kualitas proses dan juga kualitas produknya. Kinerja operasional dapat dilakukan dengan sebaik mungkin dengan cara menerapkan strategi operasi di mana dapat membantu kinerja operasi yang lebih baik lagi.

Adanya *knowledge management* di perusahaan sangat memengaruhi adanya inovasi dalam proses maupun inovasi dalam kinerja perusahaan. Inovasi sendiri berkaitan dengan adanya pengembangan gagasan atau ide, mengubah atau menambahkan ide atau gagasan yang ada serta terkait dengan adanya penciptaan produk baru. Inovasi produk menurut (Chang et al, 2012; Polder et al, 2010) inovasi produk adalah proses menciptakan produk baru atau memperbaiki produk yang sudah ada. Adanya inovasi produk ini biasanya didorong dengan adanya perubahan selera konsumen, perubahan dalam produk global, adanya persaingan yang ketat dengan para pesaing, kemajuan teknologi yang mulai pesat, dan juga terkait dengan adanya siklus suatu produk.

Terkait adanya inovasi proses dalam perusahaan menurut Abdallah dan Phan (2007) inovasi proses ini akan meningkatkan produktivitas di mana terkait dengan efisiensi dan efektifitas kegiatan produksi, peningkatan kualitas pada proses produksi serta mengurangi biaya unit produksi yang sekiranya dapat ditekan. Inovasi proses ini bertujuan untuk membuat alur proses dalam produksi menjadi lebih efisien dan efektif sehingga bisa mengurangi biaya-biaya yang ada dan membuat produk menjadi produk yang ekonomis. Inovasi proses ini sangat perlu

dilakukan dalam kinerja operasional perusahaan. Kinerja operasional perusahaan dipengaruhi dengan adanya inovasi proses terkait dengan adanya pengembangan produk dan juga penciptaan produk baru yang akan dikeluarkan.

Banyak bidang industri yang memerlukan adanya *knowledge management* sehingga kinerja operasionalnya dapat berjalan efektif dan efisien. Selain itu ada beberapa industri yang memang memerlukan adanya inovasi terhadap produk dan juga inovasi terhadap proses kinerja operasional perusahaannya. Salah satu industri yang memerlukan adanya *knowledge management* dan juga inovasi produk dan inovasi proses adalah Industri *fashion*. Salah satu industri yang sangat banyak dikelola oleh orang-orang.

Fashion sendiri memiliki pengertian menurut Troxell dan Stone (1981) adalah suatu gaya yang diterima dan digunakan oleh sekelompok orang mayoritas dalam waktu tertentu. Industri *fashion* ini dari masa kemasa semakin berkembang. Awalnya mungkin orang-orang hanya berfokus *fashion* pada pakaian saja tetapi semakin berkembangnya zaman *fashion* ini sudah mulai diartikan dalam bentuk yang dapat dipakai atau digunakan di tubuh manusia. Seperti contoh bisa dalam *fashion* sepatu, tas, topi, maupun celana.

Industri *fashion* khususnya di Yogyakarta ini sangat berkembang pesat. Salah satu industri *fashion* di Yogyakarta yang paling berkembang pesat adalah industri pakaian khususnya Batik yang menjadi *iconic* oleh-oleh khas kota Yogyakarta. Selain itu sudah banyak toko-toko yang menjual berbagai macam produk *fashion* mulai dari khusus produk *fashion* perempuan hingga produk

fashion khusus laki-laki. Sudah banyak yang menawarkan berbagai macam produk *fashion* yang unik dan juga berkualitas baik di sekitaran Yogyakarta.

Industri *fashion* ini salah satu yang melakukan banyak inovasi-inovasi di dalam proses pengerjaannya maupun di dalam produk yang ditawarkan. Inovasi dalam industri *fashion* ini sangat dipengaruhi dengan adanya perkembangan zaman dan teknologi. Sehingga industri *fashion* ini banyak mengalami perubahan setiap zamannya. Perubahan industri *fashion* ini sebenarnya hanya berputar dari zaman ke zaman. Pasalnya dilihat dari saat ini tren *fashion* ini seperti kembali lagi ke mode zaman dahulu.

Adapun peneliti menemukan penelitian yang berkaitan tentang variabel *knowledge management* yang berhubungan dengan inovasi. Penelitian oleh Parlbly dan Taylor (2000) memiliki hasil penelitian bahwa *knowledge management* ini mendukung adanya inovasi, pembentukan ide-ide baru dan juga tentang berpikir di dalam perusahaan. *Knowledge management* ini dapat mencakup banyak akses di dalam perusahaan. *Knowledge management* juga terkait dengan adanya pengembangan, berbagai pengetahuan dan juga terkait dengan pembelajaran yang berkelanjutan sehingga dapat menghasilkan peningkatan di setiap output nya. Selain itu *knowledge management* ini juga memberikan dampak terhadap pengambilan keputusan yang akan dilakukan oleh manajer. Pengambilan keputusan tersebut bisa lebih berkualitas dan memastikan adanya kontribusi dan juga nilai aset yang berguna serta keefektifan dan eksploitasinya dapat mudah dipahami.

Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena untuk di Negara berkembang masih jarang dilakukan nya penelitian terkait dengan efek yang dihasilkan oleh *knowledge management* terhadap inovasi produk dan juga inovasi proses. Studi yang membahas terkait dengan efek yang dihasilkan oleh *knowledge management* terhadap inovasi produk dan juga inovasi proses biasanya yang sudah di publish adalah terkait dengan studi-studi di Negara maju. Sehingga jika penelitian ini dilakukan di negara berkembang seperti Indonesia akan diharapkan memberikan kontribusi pada literatur terkait dengan *knowledge management* yang akan memengaruhi inovasi produk dan juga inovasi proses. Studi ini dilakukan kepada negara berkembang khususnya seperti negara Indonesia karena untuk mengejar persaingan dalam global akan menghadapi tantangan yang cukup besar dan sulit.

Penelitian ini nantinya akan ditujukan untuk industri *fashion* yang ada di daerah Yogyakarta. Objek yang diambil oleh peneliti ini cukup banyak di daerah Yogyakarta. Pasalnya industri *fashion* untuk di daerah kota Yogyakarta ini sangat terlihat jelas perkembangannya. Selain itu ada wadah suatu *event* yang menaungi untuk perkembangan industri *fashion* di daerah tersebut. *Event* tersebut adalah *Jogja Fashion Center* yang diadakan tahun 2019 dan didukung oleh pemerintah setempat. Acara tersebut sangat menarik dan membantu perkembangan industri *fashion* khususnya dalam industri pakaian. Menurut peneliti objek industri *fashion* ini sangat menarik untuk diteliti terkait dengan *knowledge management* yang akan berkaitan dengan adanya inovasi produk dan juga inovasi proses. Terkait dengan pembahasan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Proses *Knowledge Management* pada Kinerja**

Operasional yang Dimediasi oleh Inovasi Produk dan Proses pada Industri Fashion di Daerah Istimewa Yogyakarta”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dijelaskan bahwa rumusan masalah yang akan peneliti kaji adalah Apa hubungan antara *knowledge management* terhadap kinerja operasional.

Dilihat pada rumusan masalah, adapun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- Apakah *knowledge management* berpengaruh positif terhadap inovasi produk?
- Apakah *knowledge management* berpengaruh positif terhadap inovasi proses?
- Apakah *knowledge management* memiliki pengaruh positif langsung terhadap kinerja operasional perusahaan?
- Apakah inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional perusahaan?
- Apakah inovasi proses berpengaruh positif terhadap kinerja operasional perusahaan?
- Apakah inovasi produk secara positif memediasi hubungan antara *knowledge management* dan kinerja operasional?
- Apakah inovasi proses secara positif memediasi hubungan antara *knowledge management* dan kinerja operasional?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- Untuk mengetahui apakah *knowledge management* dapat berpengaruh terhadap inovasi produk
- Untuk mengetahui apakah *knowledge management* dapat berpengaruh terhadap inovasi proses
- Untuk mengetahui apakah *knowledge management* memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja operasional perusahaan
- Untuk mengetahui apakah inovasi produk dapat berpengaruh terhadap kinerja operasional perusahaan
- Untuk mengetahui apakah inovasi proses dapat berpengaruh terhadap kinerja operasional perusahaan
- Untuk mengetahui apakah inovasi produk secara positif memediasi hubungan antara *knowledge management* dan kinerja operasional
- Untuk mengetahui apakah inovasi proses secara positif memediasi hubungan antara *knowledge management* dan kinerja operasional

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini untuk:

- Menambah khazanah kajian *knowledge management*, khususnya pada industri fashion di Indonesia, sehingga dapat menjadi referensi kajian serupa di masa yang akan datang.
- Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti terkait dengan *knowledge management*, inovasi produk, inovasi proses, dan juga kinerja operasional dalam perusahaan.
- Menjadi bukti empiris guna mendukung praktik *knowledge management* dan perbaikan kinerja operasi di dunia bisnis, khususnya di dunia industri fashion di Indonesia.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. *Knowledge Management*

Knowledge management saat ini penunjang adanya inovasi dalam bisnis. Menurut Parlbby dan Taylor (2000) *knowledge management* adalah salah satu kerangka pola pikir organisasi dan juga membentuk adanya ide-ide baru serta berpengaruh dengan munculnya inovasi di dalam organisasi. *Knowledge management* ini juga dapat menambah wawasan dan pengalaman di mana dapat digunakan di mana saja oleh siapapun dan kapanpun ketika itu diperlukan. *Knowledge management* ini memberikan akses yang mudah kepada pengetahuan maupun keahlian di mana bisa secara resmi ataupun tertanam di diri seseorang. *Knowledge management* ini memberikan celah untuk berkolaborasi dengan ilmu pengetahuan yang ada, pembelajaran yang berlaku dan juga memberikan peningkatan. Hal ini sangat mendukung dalam pengambilan keputusan yang berkualitas dan dapat memastikan bahwa kemampuan intelektualnya dan keefektifan cara kerjanya dapat dipahami dengan baik.

Selain itu *knowledge management* ini sangat berpengaruh terhadap keefektifan dan efisiensi terhadap organisasi. Menurut Darroch dan Mcnaughton

(2002) *knowledge management* adalah salah satu fungsi manajemen di mana bisa menciptakan, mengelola, dan menempatkan pengetahuan secara efektif dan efisien untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang bagi organisasi. Menurut penulis, ketika organisasi memiliki orientasi terhadap *knowledge management* maka *knowledge management* ini akan menjadi panduan untuk menetapkan strategi yang digunakan oleh organisasi.

Menurut Gloet dan Terziovski (2004) *knowledge management* ini memberikan akses kepada pengalaman yang ada, pengetahuan, keahlian-keahlian yang akan menciptakan kemampuan baru, memungkinkan adanya keunggulan terhadap kinerja, memberikan dorongan akan adanya inovasi, dan meningkatkan nilai terhadap pelanggan. Menurut Gloet dan Terziovski *knowledge management* dapat diibaratkan sebagai payung di mana semuanya akan saling terkait, seperti semua yang terkait dengan adanya pengetahuan, penyimpanan maupun pendistribusian. Hal ini membuat *knowledge management* ini sangat penting adanya di dalam organisasi.

Knowledge management ini salah satu bagian yang sangat berpengaruh terhadap jalannya suatu organisasi. Menurut Al-Ti (2016) *knowledge management* ini dapat didefinisikan sebagai proses aktivitas yang dapat membantu organisasi dalam mengatur, menemukan, menggunakan, dan menyebarkan pengetahuan di mana dapat memudahkan individu dalam bekerja di organisasi. Selain itu *knowledge management* ini dapat mengubah informasi yang ada serta pengalaman yang dimiliki organisasi dan juga penerapannya di dalam administrasinya.

Knowledge management ini juga dapat memengaruhi terhadap kegiatan yang akan dilakukan oleh karyawan di dalam organisasi. Menurut Al-Shanti (2017) mempercayai bahwa *knowledge management* dapat memungkinkan karyawan di dalam organisasi untuk melakukan studi yang berkelanjutan yang bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan, penyimpanan, pendistribusian, dan bisa menerapkan pengetahuan tersebut untuk mendapatkan kinerja yang lebih baik lagi.

2.1.2. Inovasi Produk

Inovasi ini adalah salah satu yang erat kaitannya dengan *knowledge management*. Banyak jenis dari inovasi ini, salah satu nya adalah inovasi produk. Inovasi produk ini biasanya juga dikaitkan dengan adanya perkembangan teknologi maupun keinginan dari konsumen yang mengikuti zaman. Menurut Utterback, J. M., dan Abernathy, W. J. (1975) inovasi produk ini adalah suatu penemuan teknologi baru dan juga yang menunjang adanya teknologi yang tujuannya untuk suatu komersial di mana mempertimbangkan kemauan dan keinginan konsumen sehingga dapat memenuhi keinginan mereka. Inovasi produk ini pada dasar nya di kembangkan dari ide dasar yang akan di usulkan pada suatu produk. Inovasi ini sudah dapat diprediksi untuk kedepan nya dengan cara memberikan penekanan di awal pada kinerja produk, lalu penekanan pada variasi produk, dan juga penekanan pada standarisasi produk maupun biaya produk.

Inovasi produk sendiri memiliki banyak tujuan nya salah satu nya untuk memberikan referensi baru terhadap produk yang akan di keluarkan oleh perusahaan. Tujuan utama dari adanya inovasi produk di dalam suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai yang terkandung di dalam produk dan

memberikan efisiensi yang lebih tinggi terhadap produk tersebut (Polder et.al, 2010). Selain itu, inovasi produk dapat dicapai dan digunakan dengan memanfaatkan teknologi maupun pengetahuan baru atau bisa dengan menggabungkan teknologi dan pengetahuan baru dengan teknologi dan pengetahuan yang sudah ada (Gunday, et.al, 2011).

Inovasi produk ini tidak bisa dianggap mudah karena dipengaruhi oleh beberapa aspek. Aspek-aspek tersebut antara lain adanya dorongan dari kebutuhan pelanggan yang berubah-ubah, kemajuan teknologi yang semakin pesat, persaingan global yang semakin tinggi, dan juga adanya pengurangan siklus hidup dalam suatu produk (Gunday, et.al, 2011). Sehingga inovasi produk ini juga erat kaitannya dengan pelanggan maupun para pemasoknya.

2.1.3. Inovasi Proses

Inovasi proses di dalam suatu produk ini menggambarkan bagaimana urutan-urutan suatu kegiatan inovasi akan dilakukan. Urutan tersebut bisa dimulai dengan divisi R&D mengidentifikasi teknologi baru, di mana dapat diikuti dengan adanya pengembangan produk, produksi, maupun dalam pemasaran. Bisa juga dimulai dengan urutan mengidentifikasi pasar terlebih dahulu, setelah itu diikuti dengan teknologi dan pengembangan produk, produksi, maupun pemasaran (Takeuchi dan Nonaka, 1986).

Inovasi proses ini memungkinkan untuk menjadi bagian dari kemampuan strategis di dalam industri di mana saling berhubungan satu sama lain antara produk dan juga proses. Inovasi proses yang bisa dikatakan sukses memiliki proses timbal balik yang dilakukan antara perusahaan dengan teknologi maupun

teknologi ke perusahaan selama adanya proses pengembangan (Leonard Barton, 1991).

Inovasi proses ini sangat berpengaruh bagi keberlangsungan perusahaan. Salah satunya terkait dengan efisiensi dan juga produktivitas di dalam perusahaan. Inovasi proses ini dapat meningkatkan produktivitas kegiatan yang berlangsung di dalam perusahaan dan juga meningkatkan efisiensi di dalamnya, serta dapat meningkatkan kualitas dari segi produk maupun produksi dan mengurangi biaya unit dalam produksinya (Abdallah dan Phan, 2007). Inovasi proses ini salah satu bentuk inovasi di mana berkaitan erat dengan kegiatan proses produksinya.

Adanya inovasi proses di dalam perusahaan ini memiliki tujuan untuk menghasilkan produk yang inovatif dan juga produk baru (Hassan et.al, 2013). Hal ini membuat inovasi proses sangat berkaitan dengan keinginan konsumen yang dapat berubah-ubah dan juga perkembangan yang sangat pesat di dalam lingkup global. Menurut Damanpour (1991) inovasi proses meliputi dua tahapan utama yaitu inisiasi dan implementasi. Penulis menegaskan pada tahapan inisiasi ini melibatkan pada keterbukaan terhadap inovasi di mana setiap anggota organisasi memiliki hak untuk menerima atau menolak adanya inovasi. Tahapan inovasi proses dapat dievaluasi agar tidak terjadinya penyimpangan dan kegagalan dengan cara membangun sistem kontrol yang efektif sehingga dapat memastikan bahwa implementasi dapat berjalan sesuai harapan (Tidd & Bessant, 2011).

2.1.4. Kinerja Operasional

Kinerja operasional dapat diukur melalui beberapa pengukuran, antara lain yaitu mengukur biaya produk per unit, mengukur kualitas produk, kualitas proses,

kemampuan untuk menerima permintaan yang berubah-ubah, kemampuan memenuhi keinginan pelanggan, pengiriman tepat waktu dan cepat (Leong et al, 1990:120). Pada dasarnya kinerja operasional ini akan tetap mengacu pada seluruh kegiatan yang ada di dalam perusahaan.

Menurut Schroeder (1986) pengukuran kinerja operasional ini lebih baik dihasilkan dari implementasi operasi dan bisnis di mana berkaitan dengan adanya kualitas, biaya, pengiriman, fleksibilitas, dan inovasi. Berbeda dengan penelitian yang dikaji oleh Terziovski dan Samson (1999) kinerja operasional ini dapat diukur dengan melihat tingkat produktivitas, tingkat kegagalan atau kesalahan dalam produknya, garansi, biaya kualitas, dan ketepatan waktu produksi sampai dengan barang ke tangan konsumennya.

Menurut Ketokivi dan Schroeder (2003), kinerja operasional ini biasanya dapat diukur dari dimensi yang berkaitan dengan internal perusahaan di mana biasanya dengan melihat elemen produknya, kualitas dalam proses, efisiensi, hingga produktivitas. Selain itu menurut Tan et.al (2007) kinerja operasional dapat diartikan sebagai hasil yang dikeluarkan oleh organisasi di mana menggunakan kemampuan operasionalnya yang unik. Melihat beberapa uraian di atas dapat disimpulkan menurut Abdallah et.al (2014) kinerja operasional ini dapat diukur melalui produktivitas, efisiensi, dan produktivitas dalam operasi internal perusahaan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian terdahulu terkait dengan *knowledge management*, inovasi produk, inovasi proses, dan juga kinerja operasional.

Sedangkan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah peran mediasi inovasi produk dan proses pada hubungan antara *knowledge management* dan kinerja operasional di Industri Fashion di Yogyakarta. Penelitian-penelitian terdahulu yang menggunakan variable-variabel tersebut untuk menjadi dasar pengembangan hipotesis dalam penelitian ini, adalah:

- Penelitian dari Al-Sa'di et al., (2017) yang berjudul “*The Mediating Role of Product and Process Innovations on the Relationship between Knowledge Management and Operational Performance in Manufacturing Companies in Jordan*”. Penelitian tersebut membahas tentang efek yang diberikan oleh *knowledge management* terhadap kinerja operasional secara langsung maupun tidak langsung melalui inovasi produk dan inovasi proses di perusahaan manufaktur di Yordania. Hasil dari penelitian tersebut adalah *knowledge management* memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap inovasi produk maupun inovasi proses. Strategi bersaing berbasis inovasi ini sangat mendukung untuk memulai program *knowledge management* untuk menjadi pilar utama dalam berbisnis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner kurang lebih kepada 300 perusahaan manufaktur yang ada di ibu kota Yordania yaitu Amman. Kuesioner disebarkan secara langsung ke perusahaan atau melakukan kunjungan langsung ke perusahaan karena biasanya di Yordania sendiri penyebaran kuesioner melalui surat atau *e-mail* sering diabaikan.
- Penelitian dari Obeidat et al., (2016) yang berjudul “*The impact of knowledge management on innovation*”. Penelitian ini membahas tentang bagaimana

dampak dari proses *knowledge management* yang meliputi akuisisi pengetahuan, macam-macam pengetahuan, dan juga manfaat pengetahuan. Selain itu juga terkait dengan pendekatan *knowledge management* yang meliputi jejaring sosial, kodifikasi, dan personalisasi pada inovasi di perusahaan konsultan di Yordania. Hasil dari penelitian tersebut adalah adanya hasil yang signifikan positif dari *knowledge management* terhadap inovasi sehingga terciptanya penciptaan, *sharing*, dan memanfaatkan pengetahuan yang membangun keterampilan bagi karyawan yang relevan dengan proses inovasi. Hal ini membuat memiliki sumber daya karyawan yang memiliki pengetahuan dan keahlian yang unggul lebih baik dari pada harus mempekerjakan karyawan baru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner kurang lebih 266 kepada 3 kelompok responden yang peneliti pilih diantaranya ada dari kalangan konsultan (hukum, akuntansi, manajerial, keuangan, sumber daya manusia, teknologi informasi, asuransi dan pendidikan), konsultan teknik (sipil, desain interior, komputer, perencanaan, proyek dan arsitek) dan posisi manajerial atau administrasi (manajer umum, direktur eksekutif, direktur teknis dan kepala departemen).

- Penelitian dari Slavković dan Babić (2013) yang berjudul “*Knowledge Management, Innovativeness, And Organizational Performance: Evidence From Serbia*”. Penelitian ini membahas tentang dampak yang dihasilkan oleh *knowledge management* pada kinerja organisasi serta inovasi yang dirasakan pada sektor ekonomi Serbia. Hasil dari penelitian tersebut adalah tidak semua

proses *knowledge management* dikembangkan di tingkat yang sama di perusahaan Serbia, tetapi *knowledge management* memiliki dampak positif terhadap kinerja organisasi, inovasi proses, dan inovasi administrasi. Metode yang digunakan oleh penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner ke organisasi yang memiliki lebih dari 50 karyawan. Kuesioner disebarkan berjumlah 81, tetapi ada tiga kuesioner yang tidak valid karena dua kuesioner yang hanya diisi sebagian dan satu kuesioner ditolak oleh salah satu organisasi karena tidak sesuai ketentuan jumlah karyawan.

2.3. Formulasi Hipotesis

2.3.1 Hubungan *Knowledge Management* terhadap Inovasi Produk

Sudah banyak penelitian yang meneliti terkait dengan *knowledge management* yang berpengaruh terhadap inovasi produk. Menurut Bas et.al (2015) *knowledge management* memengaruhi secara signifikan terhadap inovasi produk. Sedangkan menurut Andreeva dan Kianto (2011) proses *knowledge management* ini memberikan pengaruh positif terhadap inovasi sesuai dengan sampel yang peneliti ambil di 211 perusahaan dari Firlandia, Rusia, dan China. Samsir et al., (2017) dalam jurnalnya penelitiannya menyatakan bahwa *knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk. Uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *knowledge management* berpengaruh terhadap inovasi produk, sehingga dapat menghasilkan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Knowledge management* berpengaruh signifikan positif terhadap inovasi produk

2.3.2 Hubungan *Knowledge Management* terhadap Inovasi Proses

Menurut penelitian oleh Kör dan Maden (2013) menyatakan bahwa proses *knowledge management* di Turki memiliki pengaruh positif yang signifikan di mana meningkatkan inovasi pada organisasi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Slavković and Babić (2013) adalah *knowledge management* memiliki pengaruh positif terhadap inovasi proses. Sedangkan menurut penelitian dari Obeidat et al., (2016) *knowledge management* ini juga berpengaruh signifikan positif terhadap inovasi. Uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *knowledge management* berpengaruh terhadap inovasi produk, sehingga dapat menghasilkan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Knowledge management* berpengaruh signifikan positif terhadap inovasi proses

2.3.3. Hubungan *Knowledge Management* terhadap Kinerja Operasional

Beberapa peneliti meneliti adanya hubungan antara *knowledge management* dengan kinerja. Gold et.al (2001) menyatakan bahwa *knowledge management* berpengaruh positif terhadap efektivitas organisasi. Sedangkan menurut Liu et.al (2004) menyatakan bahwa kapabilitas *knowledge management* dengan daya saing memiliki hubungan yang signifikan positif. Selain itu Lin dan Kuo (2007) *knowledge management* berpengaruh positif pada seluruh aspek kinerja organisasi. Tseng dan Lee (2014) program *knowledge management* akan berhasil ketika dapat memengaruhi kinerja organisasinya. Uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *knowledge management* berpengaruh terhadap kinerja operasional, sehingga dapat menghasilkan hipotesis sebagai berikut:

H3: *knowledge management* berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kinerja operasional

2.3.4. Hubungan Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional

Dilihat dari penelitian terdahulu ada pengaruh positif antara inovasi dengan kinerja operasional dalam perusahaan. Menurut Hassan et.al (2013) menyatakan bahwa adanya hubungan positif antara inovasi dengan kinerja produksi, baik inovasi produk maupun inovasi proses. Keterkaitan tersebut disebabkan karena dapat diterapkan metode operasional dan bisnis baru. Sedangkan menurut Saunila et.al (2014) perusahaan yang memiliki kinerja operasional dan keuangan akan lebih berhasil dalam melaksanakan inovasi. Selain itu menurut Evangelista dan Vezzani (2010) dengan menggunakan teknologi baru maka akan meningkatkan kinerja produk serta menunjukkan bahwa inovasi produk dapat memberikan manfaat bagi perusahaan. Uraian di atas dapat disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja operasional, sehingga dapat menghasilkan hipotesis sebagai berikut:

H4: Inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja operasional

2.3.5. Hubungan Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasional

Penelitian yang diteliti oleh Evangelista dan Vezzani (2010) menyatakan bahwa kinerja dapat meningkat ketika inovasi proses dapat menghasilkan efisiensi dan produktivitas dengan cara memberlakukan produksi dengan lebih efektif yang akan memengaruhi waktu respon, meningkatkan kualitas, dan mengurangi biaya. Sedangkan menurut Ou et.al (2010) inovasi proses yang dilakukan secara efektif dapat meningkatkan operasi produksi internal yang dapat memengaruhi tingkat

kinerja operasional dan pengurangan biaya. Selain itu Kafetzopoulos dan Psomas (2015) menyebutkan bahwa tingkat produktivitas dan kinerja berhubungan positif dengan tingkat inovasi. Uraian di atas dapat disimpulkan bahwa inovasi proses berpengaruh terhadap kinerja operasional, sehingga dapat menghasilkan hipotesis sebagai berikut:

H5: Inovasi proses berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional

2.3.6. Inovasi Produk Memediasi Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Kinerja Operasional

Penelitian dari Al-Sa'di et.al (2017) menyatakan bahwa *knowledge management* akan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap kinerja operasional ketika adanya inovasi produk maupun inovasi proses, di mana dapat diartinya *knowledge management* berpengaruh secara langsung kepada kinerja operasional dan adanya pengaruh tidak langsung dari kedua inovasi tersebut. Menurut Schiuma dan Carlucci (2008) dengan adanya *knowledge management* ini dapat memunculkan adanya inovasi serta akan memengaruhi tingkat kinerja operasional dan organisasi. Adanya inovasi produk ini dapat memengaruhi kualitas produk di mana akan meningkatkan kualitas produk itu sendiri selain itu juga penggunaan teknologi serta penciptaan produk baru dengan kinerja yang lebih tinggi juga (Chang dan Ahn, 2005). Uraian di atas dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan mediasi antara inovasi produk terhadap *knowledge management* dan kinerja operasional, sehingga dapat menghasilkan hipotesis seperti berikut:

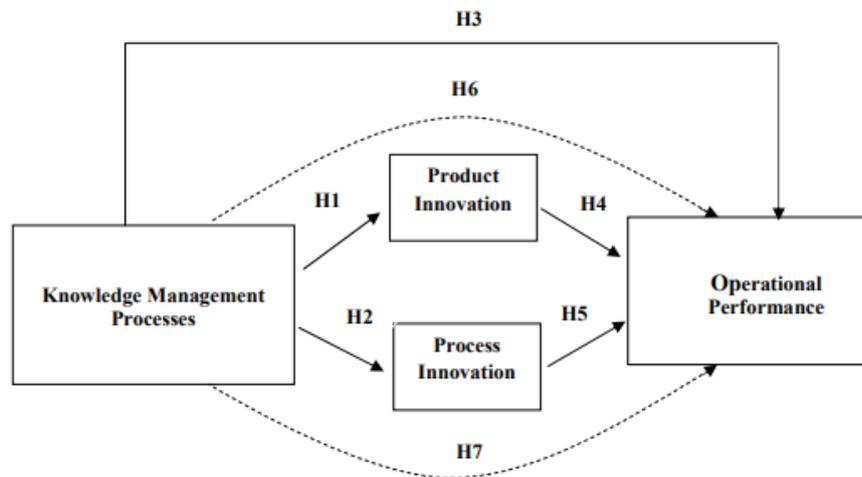
H6: Inovasi produk memediasi antara *knowledge management* dengan kinerja operasional secara positif

2.3.7. Inovasi Proses Memediasi Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Kinerja Operasional

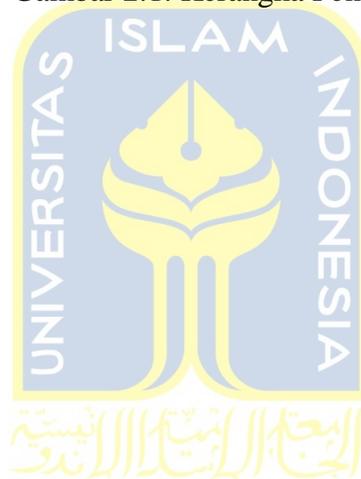
Penelitian yang dihasilkan oleh Slavković dan Babić (2013) menyatakan bahwa *knowledge management* berpengaruh positif terhadap kinerja operasional dan juga berpengaruh positif terhadap inovasi proses, di mana inovasi proses ini mempunyai efek mediasi yang signifikan antara *knowledge management* dengan kinerja organisasi. Naghavi et.al (2012) menyatakan dengan menggunakan sampel public di Iran bahwa *knowledge management* berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi dan juga inovasi. Sedangkan penelitian dari Damanpour dan Gopalakrishnan (2001) menyatakan bahwa efek mediasi yang dihasilkan dari inovasi pada hubungan *knowledge management* dengan kinerja dapat menghasilkan kinerja operasional yang meningkatkan proses produksi secara efisien. Uraian di atas dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan mediasi antara inovasi proses terhadap *knowledge management* dan kinerja operasional sehingga dapat menghasilkan hipotesis sebagai berikut:

H7: Inovasi proses memediasi antara *knowledge management* dengan kinerja operasional secara positif

2.4. Kerangka Penelitian



Gambar 2.1. Kerangka Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang peneliti pilih adalah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi ini dipilih karena cukup banyaknya populasi untuk di sektor ekonomi kreatif khususnya dalam bidang *fashion*.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Uma Sekaran (2011) mendefinisikan populasi sebagai kumpulan sekelompok peristiwa, orang, atau objek-objek yang dapat diteliti oleh peneliti. Berdasarkan pengertian dari Sekaran dapat disimpulkan bahwa populasi ini bukan hanya sekedar sekumpulan orang tetapi bisa berupa peristiwa maupun objek atau benda-benda lainnya yang bisa diteliti. Populasi bukan sekedar jumlah objek atau subjek yang akan diteliti saja tetapi keseluruhan sampai dengan meliputi karakteristik objek atau subjek yang akan diteliti. Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Industri *Fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta. Menurut data yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan UMKM DIY terdapat 11.507 unit bisnis di bidang ekonomi kreatif di mana industri *fashion* termasuk di dalamnya yang beroperasi di DIY per tahun 2020. Adapun Populasi UMKM yang bergerak di industri *fashion* di DIY jumlahnya tidak diketahui.

3.2.2. Sampel

Menurut Uma Sekaran (2013) sampel adalah masuk dari bagian populasi. Sampel ini dipilih dari beberapa kelompok populasi yang akan diteliti. Sehingga sampel ini dipilih tidak dari semua populasi melainkan dari beberapa elemen populasi dari sampel. Mengingat populasi untuk UMKM industri *fashion* tidak diketahui maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel. Menurut Roscoe (1975) ukuran sampel yang dapat digunakan bisa lebih dari 30 dan kurang dari 500 dengan begitu sampel yang peneliti gunakan dapat dinyatakan tepat.

3.3. Definisi Operasional Variabel

3.3.1. Knowledge Management (X)

Menurut Kör dan Maden (2013) *knowledge management* didefinisikan sebagai proses bisnis yang berkaitan dengan proses penciptaan pengetahuan baru dan penggunaan pengetahuan yang dilakukan di dalam perusahaan kapanpun jika diperlukan. *Knowledge management* dalam penelitian ini diposisikan sebagai variabel independen (X) terhadap inovasi produk, inovasi proses, dan kinerja operasional. Pengukuran untuk variabel *knowledge management* diadopsi dari penelitian Pérez-López dan Alegre (2012). Indikator dari *knowledge management* yaitu:

- Perusahaan secara teratur bertemu dengan pelanggan untuk mengetahui kebutuhan mereka di masa depan
- Perusahaan memiliki proses untuk mengetahui tentang pemasok mereka
- Perusahaan memiliki sistem yang memungkinkan perusahaan untuk mempelajari praktik-praktik yang berhasil di perusahaan lain

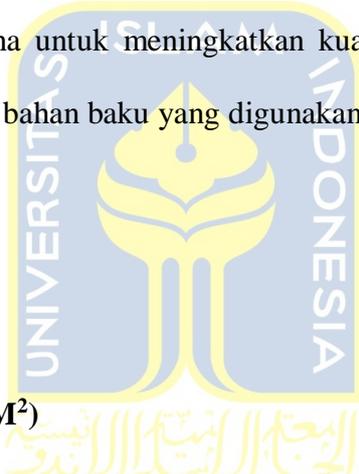
- Perusahaan memiliki proses untuk mendapatkan pengetahuan baru dengan menggunakan pengetahuan yang sudah ada
- Ide dan pendekatan baru terkait dengan kinerja akan berkembang terus menerus
- Rapat diadakan secara berkala kepada karyawan guna memberitahu inovasi terbaru di dalam perusahaan
- Perusahaan memiliki mekanisme untuk menjamin pembagian praktik yang baik kepada semua departemen
- Ada individu yang bergabung kedalam beberapa tim atau divisi dan bertugas sebagai penghubung di antara mereka
- Ada individu yang bertugas untuk mengumpulkan dan mendistribusikan saran-saran karyawan yang ada di perusahaan
- Sistem perusahaan cukup fleksibel dilakukan sehingga memudahkan untuk memodifikasi dan dapat segera dilakukannya penerapan pengetahuan baru
- Manajemen menekankan pentingnya pengetahuan baru
- Perusahaan dapat menemukan dan menerapkan pengetahuan sehingga dapat meningkatkan daya saing.

3.3.2. Inovasi Produk (M¹)

Inovasi produk ini berkaitan dengan segala sesuatu yang terkait dengan perubahan desain di mana perubahan desain ini menyebabkan perubahan yang penting dan berpengaruh dalam penggunaan fitur suatu produk (OECD, 2005). Inovasi produk dalam penelitian ini diposisikan sebagai variabel intervening

bersama dengan inovasi proses. Pengukuran untuk variabel inovasi produk diadopsi dari penelitian Gunday et al. (2011). Indikator dari inovasi produk yaitu:

- Perusahaan melakukan pengembangan produk baru dengan fungsi yang spesifik dan berbeda dengan sebelumnya
- Perusahaan melakukan pengembangan produknya sekarang untuk membuat mudah terkait dengan penggunaan dan kepuasan pelanggan
- Perusahaan melakukan pengembangan produk dengan komponen bahan baru yang berbeda dengan sekarang
- Perusahaan berusaha untuk meningkatkan kualitas manufaktur yang dilihat dari komponen dan bahan baku yang digunakan saat ini



3.3.3. Inovasi Proses (M²)

Inovasi proses melibatkan beberapa perbaikan dalam hal produksi, logistik, atau yang mencakup terkait dengan aktivitas akuntansi, pembelian, komputasi, dan pemeliharaan (Polder et al., 2010). Inovasi proses dalam penelitian ini diposisikan sebagai variabel intervening bersama dengan inovasi produk. Pengukuran untuk variabel inovasi proses diadopsi dari penelitian Gunday et al. (2011). Indikator dari inovasi proses yaitu:

- Perusahaan menentukan dan menghilangkan kegiatan yang tidak menambah nilai dalam proses pengiriman

- Perusahaan mengurangi biaya variabel dan meningkatkan proses pengiriman
- Perusahaan meningkatkan kualitas dengan memperhatikan proses manufaktur, teknik, permesinan, dan perangkat lunak
- Perusahaan secara teratur mengalami penurunan biaya terkait dengan proses manufaktur, teknik, permesinan, dan perangkat lunak
- Perusahaan menentukan dan menghilangkan kegiatan yang tidak menambah nilai dalam proses produksi

3.3.4. Kinerja Operasional (Y)

Kinerja operasional ini sebagai wadah untuk menanggapi perubahan lingkungan organisasi dan juga untuk perbaikan di dalamnya (Flynn et.al, 2010). Kinerja operasional dalam penelitian ini diposisikan sebagai variabel independen (Y). Pengukuran untuk variabel kinerja operasional diadopsi dari penelitian Flynn et.al (2010). Indikator dari kinerja operasional yaitu:

- Perusahaan menggunakan sistem ketepatan waktu pengiriman untuk sampai kepada pelanggan
- Waktu tunggu yang diberikan perusahaan untuk menghantarkan produk kepada pelanggan pendek
- Perusahaan mengutamakan pelayanan untuk pelanggan
- Perusahaan secara fleksibel untuk mengikuti perubahan yang diinginkan oleh pelanggan

3.4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1. Jenis Data

Data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Menurut Sekaran (2013) data primer didapatkan langsung dari tangan pertama terkait dengan variabel penelitian yang digunakan untuk tujuan tertentu pada penelitian. Sedangkan data sekunder didapatkan dari beberapa sumber yang sudah ada. Penelitian ini untuk data primer menggunakan kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada para responden sedangkan untuk data sekunder menggunakan data informasi dari penelitian terdahulu dan beberapa referensi yang terkait dengan penelitian.

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara survey, dengan data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarikan kepada para responden dari penelitian. Kuesioner sendiri menurut Sekaran (2013) adalah daftar pertanyaan yang sudah dirumuskan sebelumnya dimana nantinya para responden dapat mencatat jawaban mereka secara jelas. Menurut Sekaran (2013) ada 5 prinsip penyusunan kata untuk membuat kuesioner:

- Ketepatan isi dari pertanyaan
- Bagaimana pertanyaan dapat dipahami dan disampaikan dengan bahasa yang digunakan
- Jenis dan bentuk pertanyaan yang diajukan
- Urutan pertanyaan
- Data pribadi yang dicari dari responden

Kuesioner yang digunakan untuk penelitian ini mengarah pada pertanyaan-pertanyaan terkait dengan *knowledge management*, inovasi produk, inovasi proses, dan kinerja operasional.

3.4.3. Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode kuesioner dapat diukur dengan menggunakan skala *likert*. Menurut Sekaran (2007) skala *likert* ini dapat digunakan untuk mengukur seberapa kuat respon jawaban setuju atau tidak setuju dari para responden dengan pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti. Adapun 5 indikator yang dapat dipilih oleh responden dengan cara memberi tanda ceklis (✓) pada indikator sebagai berikut:

- ST(Sangat Setuju) : Skor 5
- S (Setuju) : Skor 4
- N (Netral) : Skor 3
- TS (Tidak Setuju) : Skor 2
- STS (Sangat Tidak Setuju) : Skor 1

3.5. Uji Kualitas Instrumen

3.5.1 Uji Validitas

Validitas sendiri dapat diartikan dengan seberapa akurat suatu alat ukur dapat melakukan fungsi ukurnya. Menurut Ghazali (2011) uji validitas ini untuk mengetahui daftar pertanyaan dapat dikatakan layak untuk mendeskripsikan suatu variable. Contoh dari uji validitas dapat dimisalkan dengan ketika kita ingin mengukur Kinerja seorang karyawan dan karyawan di berikan 5 (lima) pertanyaan maka pertanyaan tersebut harus bisa menjelaskan tingkat Kinerja secara tepat dan

jelas. Jadi yang dimaksud dengan validitas disini adalah untuk mengukur apakah pertanyaan dan kuesioner ini sudah benar-benar dapat mengukur apa yang ingin peneliti ukur. Menurut Ghozali (2018) ada cara untuk mengukur validitas yaitu dengan melakukan korelasi antar skor pertanyaan dengan total skor variable. Uji signifikansi disini dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n , dalam pernyataan ini n yang dimaksud adalah jumlah sampel.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2011) reliabilitas sendiri dapat diartikan sebagai alat ukur untuk sebuah kuesioner yang merupakan sebuah indikator dari variable. Kuesioner yang baik dapat dikatakan reliabel atau handal ketika jawaban dari responden terhadap pertanyaan yang diberikan dapat konsisten atau stabil secara terus menerus. Adapun cara untuk mengukur reliabilitas menurut Ghozali (2018) dapat diukur dengan 2 (dua) cara yaitu:

- *Repeated Measure* atau pengukuran ulang, cara ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan berulang yang sama di waktu yang berbeda hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah responden tetap konsisten dengan jawabannya atau tidak
- *One Shot* atau pengukuran sekali saja, pengukuran ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan sekali saja kepada responden dan kemudian hasilnya akan dibandingkan dengan pertanyaan yang lainnya untuk mengukur korelasi terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut. Program SPSS disini memberikan

cara untuk mengukur reliabilitas dengan uji *cronbach alpha* (α). Variabel dapat dikatakan reliabel ketika nilai *cronbach alpha* $> 0,70$.

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menurut Sekaran (2007) adalah bagaimana caranya untuk mengetahui dan menjelaskan sebuah variable dalam suatu kondisi tertentu. Analisis deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang dihasilkan dari masing-masing variabel di mana dapat membantu untuk mengambil keputusan yang akan diambil serta memahami karakteristik dari responden penelitian. Penelitian ini akan menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui karakteristik dari responden yang didasarkan pada beberapa kriteria. Adapun kriteria dari responden peneliti antara lain sebagai berikut:

- Nama Usaha
- Jumlah Karyawan
- Pendapatan Per tahun
- Jabatan Responden
- Umur Usaha

3.6.2. Analisis Inferensial

3.6.2.1. Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2018), uji asumsi klasik dapat dilakukan dengan beberapa uji yang dipaparkan dalam IBM SPSS 25, antara lain:

- 1) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018) uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya hubungan antar variabel bebas. Ada beberapa cara untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi, antara lain sebagai berikut:

- Nilai R^2 yang diperoleh dari perkiraan model regresi empiris yang sangat tinggi, tetapi secara individual variabel dependen banyak yang tidak signifikan dipengaruhi oleh variabel independen.
- Penyebab adanya multikolinearitas adalah adanya kombinasi dari dua atau lebih variabel independen. Adapun penyebab adanya multikolinearitas juga bisa dikarenakan adanya korelasi yang cukup tinggi (biasanya di atas 0.90) antar variabel independen.
- Ada dua indikator yang dapat dilihat untuk mengetahui adanya multikolinearitas yaitu (1) *variance inflation factor* (VIF) dan (2) nilai *tolerance* dan lawannya. Kedua pengukuran ini dapat menjelaskan variabel independen mana yang menjelaskan variabel independen lainnya. Adapun nilai *cut off* yang sering dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas dengan nilai *tolerance* ≤ 0.10 atau sama dengan $VIF \geq 10$.

2) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ada variabel residual atau pengganggu memiliki distribusi yang normal. Uji normalitas ini mengasumsikan bahwa nilai residual nya akan selalu mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini tidak di ikuti maka data dengan skala kecil menjadi tidak valid. Menurut Ghozali (2016) uji normalitas dapat

dilakukan dengan menggunakan *uji one sample kolmogorov smirnov* yaitu dengan ketentuan nilai signifikansinya harus di atas 0,05 untuk dinyatakan distribusi normal.

3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan *variance* dalam model regresi yang dilihat dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Adapun hasil yang diperoleh ketika *variance* residual dari pengamatan satu ke pengamatan lainnya tetap maka dapat disebut dengan homoskedastisitas sedangkan sebaliknya jika berbeda maka disebut dengan heteroskedastisitas. Hasil dari model regresi yang baik ketika hasilnya homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas ini memiliki ketentuan nilai signifikansinya harus di atas 0,05 untuk dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.2.2. Hierarchical Regression Analysis

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *Hierarchical Regression Analysis*. Adapun pengertian *Hierarchical Regression Analysis* adalah hubungan secara fungsional antara variabel-variabel yang bisa dijelaskan secara matematik Penelitian ini menggunakan analisis *Hierarchical Regression Analysis* untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel-variabel terkait dan memastikan adanya variabel mediasi. Pengolahan data untuk analisis ini menggunakan program SPSS 26. Adapun langkah-langkah untuk analisis ini diantaranya:

1) Analisis linier sederhana

Persamaan regresi linier sederhana untuk hubungan *knowledge management* dengan kinerja operasional adalah:

$$Y = a + b_1X + e \dots\dots\dots (1)$$

Persamaan regresi linier sederhana untuk hubungan *knowledge management* dengan inovasi produk adalah:

$$(M^1) = a + b_1X + e \dots\dots\dots (2)$$

Persamaan regresi linier sederhana untuk hubungan *knowledge management* dengan inovasi proses adalah:

$$(M^2) = a + b_1X + e \dots\dots\dots (3)$$

2) Analisis regresi berganda

Persamaan regresi linier berganda untuk hubungan *knowledge management*, inovasi produk, dan inovasi proses dengan kinerja operasional adalah:

$$Y = a + b_1X + b_2(M^1) + b_3(M^2) + e \dots\dots\dots (4)$$

3) Membandingkan nilai koefisien b standarisasi *knowledge management* (X) dengan persamaan 1 dan 4 untuk mengetahui adanya peran variabel mediasi.

Jika nilai b standarisasi *knowledge management* persamaan 1 lebih besar daripada b standarisasi *knowledge management* persamaan 4 maka inovasi produk dan inovasi proses terkonfirmasi sebagai variabel mediasi.

3.6.2.3. Uji T

Menurut Ghozali (2018) Uji T ini untuk menguji seberapa jauh variabel dependen dapat dijelaskan oleh secara individual oleh variabel independen.

Adapun hipotesis nol (H_0) ketika diuji menunjukkan apakah suatu parameter (β_i) sama dengan nol, maka:

$$H_0: \beta_i = 0$$

Menunjukkan bahwa suatu variabel independen bukan penjelasan yang signifikan untuk variabel dependen. Adapun hipotesis alternatifnya dengan dengan variabel yang tidak sama dengan nol, atau:

$$H_A: \beta_i \neq 0$$

Menunjukkan bahwa variabel dependen merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen.

Ada dua cara untuk melakukan uji t antara lain:

- *Quick look*: ketika jumlah dari *degree of freedom* (df) bernilai 20 atau lebih, dan derajat kepercayaannya sebesar 5%, maka H_0 yang menyatakan $\beta_i = 0$ bisa ditolak ketika nilai t nya lebih besar daripada 2 (dalam nilai absolut). Alternatif hipotesis dapat diterima dengan pernyataan suatu variabel independen secara individual dapat memengaruhi variabel dependen.
- Membandingkan nilai t dengan nilai kritis menurut tabel. Apabila nilai t lebih besar dari nilai yang ada di dalam tabel maka hipotesis alternatif dapat diterima dengan pernyataan bahwa variabel independen secara individual dapat memengaruhi variabel dependen.

3.6.2.4. Uji F

Selain dengan Uji T, analisis hipotesis juga dilakukan dengan uji F. Uji F dilakukan pada hasil regresi linier persamaan (3) untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap variabel

dependen. Pengambilan keputusan hasil regresi dalam Uji F mengacu pada nilai signifikansi (α) = 0,05, dengan ketentuan sebagai berikut:

- $H(0)$: Variabel independen tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.
- $H(a)$: Variabel independen berpengaruh positif secara simultan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- $H(0)$ diterima apabila taraf signifikansi $> \alpha$ (0,05), yang berarti tidak ada pengaruh secara simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen.
- $H(0)$ ditolak apabila taraf signifikansi $\leq \alpha$ (0,05), yang berarti terdapat pengaruh positif secara simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen.



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Uji Kualitas Instrumen

4.1.1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas ini dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor variabel. Adapun uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r tabel dengan nilai r hitung. Jika nilai r hitung nya lebih besar daripada nilai r tabelnya atau signifikansi kurang dari 0,05 maka data tersebut dikatakan valid. Adapun hasil dari uji validitas variabel *Knowledge Management*, Inovasi Produk, Inovasi Proses, dan Kinerja Operasional dengan jumlah 100 responden UMKM di bidang *fashion* yang dapat ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	Signifikansi	Keterangan
KM	KM1	.638**	.000	Valid
	KM2	.585**	.000	Valid
	KM3	.612**	.000	Valid
	KM4	.641**	.000	Valid
	KM5	.598**	.000	Valid
	KM6	.688**	.000	Valid
	KM7	.697**	.000	Valid
	KM8	.638**	.000	Valid

	KM9	.600**	.000	Valid
	KM10	.717**	.000	Valid
	KM11	.596**	.000	Valid
	KM12	.637**	.000	Valid
IP	IP1	.754**	.000	Valid
	IP2	.755**	.000	Valid
	IP3	.820**	.000	Valid
	IP4	.816**	.000	Valid
IPS	IPS1	.772**	.000	Valid
	IPS2	.797**	.000	Valid
	IPS3	.530**	.000	Valid
	IPS4	.746**	.000	Valid
	IPS5	.833**	.000	Valid
KO	KO1	.759**	.000	Valid
	KO2	.762**	.000	Valid
	KO3	.765**	.000	Valid
	KO4	.700**	.000	Valid

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas dari setiap indikator memiliki signifikansi dibawah 0,05 dan juga untuk nilai r hitung nya lebih besar daripada nilai r tabel (0,195). Demikian untuk semua indikator variabel-variabel di atas dapat dinyatakan valid.

4.1.2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan cara uji statistik *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel ketika nilai dari *Cronbach's Alpha* lebih besar daripada 0.70 (Ghozali,2018). Adapun hasil dari uji reliabilitas dari variabel *Knowledge Management*, Inovasi Produk, Inovasi Proses, dan Kinerja Operasional ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai kritis	Keterangan
KM	.861	0,70	Reliabel
IP	.788	0,70	Reliabel
IPS	.791	0,70	Reliabel
KO	.730	0,70	Reliabel

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa hasil uji reliabilitas dari setiap indikator dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* yang bernilai lebih besar dari 0,70 yang artinya setiap variabel dinyatakan reliabel atau memiliki reliabilitas yang baik. Dapat disimpulkan dari hasil uji validitas dan uji reliabilitas maka indikator yang digunakan oleh peneliti sudah baik atau layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.2. Metode Analisis Data

4.2.1. Analisis Deskriptif

4.2.1.1. Analisis Deskriptif Data Profil Responden

Analisis deskriptif dilakukan dengan melihat data responden yang sudah terkumpul dari penyebaran kuesioner oleh peneliti. Adapun beberapa karakteristik dari responden sesuai dalam kuesioner penelitian.

Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Jumlah Karyawan	Frekuensi	Presentase
< 10	89	89%
10-30	5	5%
> 30	6	6%
Total	100	100%

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Indikator dari jumlah karyawan UMKM untuk responden dibagi menjadi 3 kategori yaitu dibawah 10 karyawan, 10-30 karyawan, dan lebih dari 30 karyawan. Dapat dilihat dari tabel 4.3 bahwa ada 89 UMKM yang memiliki kurang dari 10 karyawan (89%), 5 UMKM yang memiliki 10-30 karyawan (5%), dan ada 6 UMKM yang memiliki lebih dari 30 karyawan (6%/). Melihat dari hasil kuesioner dapat disimpulkan bahwa UMKM yang memiliki karyawan kurang dari 10 mendominasi dalam penelitian ini.

Tabel 4.4. Responden Berdasarkan Pendapatan dalam Satu Tahun

Pendapatan dalam Satu Tahun	Frekuensi	Presentase
< 300	77	77%
300-2,5 milyar rupiah	20	20%
> 2,5 miliar rupiah	3	3%
Total	100	100%

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Indikator dari pendapatan dalam satu tahun UMKM untuk responden dibagi menjadi 3 kategori yaitu dibawah 300 juta, 300-2,5 milyar rupiah, dan lebih dari 2,5 milyar rupiah. Dapat dilihat dari tabel 4.4 bahwa ada 77 UMKM yang memiliki pendapatan per tahun kurang dari 300 juta (77%), 20 UMKM yang memiliki pendapatan 300-2,5 miliar rupiah per tahun (20%), dan ada 3 UMKM yang memiliki pendapatan di atas 2,5 milyar per tahun (3%). Melihat dari hasil kuesioner dapat disimpulkan bahwa UMKM yang memiliki pendapatan per tahun kurang dari 300 juta mendominasi dalam penelitian ini.

Tabel 4.5. Responden Berdasarkan Jabatan

Jabatan	Frekuensi	Presentase
Pemilik Usaha	50	50%
Manajer/Pelaku Usaha	4	4%
Staf Operasional	42	42%
Lainnya	4	4%
Total	100	100%

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Indikator dari jabatan untuk responden dibagi menjadi 3 kategori yaitu pemilik usaha, manajer atau pelaku usaha, dan staf operasional. Dapat dilihat dari tabel 4.5 bahwa ada 50 UMKM yang mengisi dengan jabatan pemilik usaha (50%), 4 UMKM yang mengisi dengan jabatan manajer/pelaku usaha (4%), 42 UMKM yang mengisi dengan jabatan staf operasional (42%), dan 4 UMKM yang mengisi dengan opsi jabatan lainnya (4%). Melihat dari hasil kuesioner dapat disimpulkan bahwa UMKM yang mengisi dengan jabatan pemilik usaha mendominasi dalam penelitian ini.

Tabel 4.6. Responden Berdasarkan Umur Usaha

Umur Usaha	Frekuensi	Presentase
< 2 Tahun	44	44%
2-5 Tahun	26	26%
6-10 Tahun	15	15%
> 10 Tahun	15	15%
Total	100	100%

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Indikator berdasarkan umur UMKM untuk responden dibagi menjadi 4 kategori yaitu kurang dari 2 tahun, 2-5 tahun, 6-10 tahun, dan lebih dari 10 tahun. Dapat dilihat dari tabel 4.6 bahwa ada 44 UMKM yang memiliki umur usaha kurang dari 2 tahun (44%), 26 UMKM yang memiliki umur usaha 2-5 tahun (26%), 15 UMKM yang memiliki umur usaha 6-10 tahun (15%), dan 15 UMKM yang memiliki umur usaha di atas 10 tahun (15%). Melihat dari hasil kuesioner

dapat disimpulkan bahwa UMKM yang memiliki umur usaha di bawah 2 tahun mendominasi dalam penelitian ini.

4.2.1.2. Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif variabel ini dapat dilihat dari 100 jawaban responden UMKM di mana bertujuan untuk mengetahui gambaran dari setiap variabel pada penelitian. Pengukuran variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala *likert*, dengan nilai skor paling rendah 1 (sangat tidak setuju) dan skor nilai paling tinggi 5 (sangat setuju). Adapun cara untuk menentukan interval sebagai penentu kriteria dalam variabel-variabel tersebut, bisa dengan cara sebagai berikut:

- Skor nilai tertinggi = 5
- Skor nilai terendah = 1
- Interval = $\frac{5-1}{5} = 0.80$

Dengan diketahuinya nilai interval tersebut maka dapat dirumuskan batasan penilaian (kriteria) untuk setiap variabel sebagai berikut:

- 1,00 – 1,80 = KM/IP/IPS/KO Sangat Rendah
- 1,81 – 2,60 = KM/IP/IPS/KO Rendah
- 2,61 – 3,40 = KM/IP/IPS/KO Cukup Tinggi
- 3,41 – 4,20 = KM/IP/IPS/KO Tinggi
- 4,21 – 5,00 = KM/IP/IPS/KO Sangat Tinggi

Analisis deskriptif dari jawaban seluruh responden dilakukan dengan cara bertahap sesuai dengan urutan variabel dalam penelitian.

Tabel 4.7. Penilaian Variabel *Knowledge Management*

Indikator	Mean	Kriteria
KM1	4,44	<i>Knowledge Management</i> Sangat Tinggi
KM2	4,13	<i>Knowledge Management</i> Tinggi
KM3	4,19	<i>Knowledge Management</i> Tinggi
KM4	4,22	<i>Knowledge Management</i> Sangat Tinggi
KM5	4,37	<i>Knowledge Management</i> Sangat Tinggi
KM6	3,71	<i>Knowledge Management</i> Tinggi
KM7	3,78	<i>Knowledge Management</i> Tinggi
KM8	3,77	<i>Knowledge Management</i> Tinggi
KM9	3,57	<i>Knowledge Management</i> Tinggi
KM10	4,01	<i>Knowledge Management</i> Tinggi
KM11	4,02	<i>Knowledge Management</i> Tinggi
KM12	4,19	<i>Knowledge Management</i> Tinggi
Total Mean	4,03	<i>Knowledge Management</i> Tinggi

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Berdasarkan penilaian pada tabel 4.7. menunjukkan hasil rata-rata dari penilaian responden terhadap variabel *knowledge management* sebesar 4,03 yang berarti *knowledge management* tinggi. Penilaian untuk indikator variabel *knowledge management* paling tinggi di dapat pada indikator KM1 dengan nilai rata-rata 4,44, sedangkan untuk indikator paling rendah di dapat pada KM9 dengan nilai rata-rata 3,57. Dilihat dari hasil penilaian tersebut maka dapat

disimpulkan para pelaku UMKM bidang *fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta ini sudah menerapkan *knowledge management* dalam proses operasional perusahaan.

Tabel 4.5. Penilaian Variabel Inovasi Produk

Indikator	Mean	Kriteria
IP1	3,91	Inovasi Produk Tinggi
IP2	4,28	Inovasi Produk Sangat Tinggi
IP3	4	Inovasi Produk Tinggi
IP4	4,42	Inovasi Produk Sangat Tinggi
Total Mean	4,15	Inovasi Produk Tinggi

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Berdasarkan penilaian pada tabel 4.8. menunjukkan hasil rata-rata dari penilaian responden terhadap variabel inovasi produk sebesar 4,15 yang berarti inovasi produk tinggi. Penilaian untuk indikator variabel inovasi produk paling tinggi di dapat pada indikator IP2 dengan nilai rata-rata 4,28, sedangkan untuk indikator paling rendah di dapat pada IP1 dengan nilai rata-rata 3,91. Dilihat dari hasil penilaian tersebut maka dapat disimpulkan para pelaku UMKM bidang *fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta ini sudah menerapkan inovasi produk dalam pengembangan produk dan peningkatan kualitas produknya.

Tabel 4.9. Penilaian Variabel Inovasi Proses

Indikator	Mean	Kriteria
IPS1	3,74	Inovasi Proses Tinggi

IPS2	3,78	Inovasi Proses Tinggi
IPS3	4,17	Inovasi Proses Tinggi
IPS4	3,49	Inovasi Proses Tinggi
IPS5	3,72	Inovasi Proses Tinggi
Total Mean	3,78	Inovasi Proses Tinggi

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Berdasarkan penilaian pada tabel 4.9. menunjukkan hasil rata-rata dari penilaian responden terhadap variabel inovasi proses sebesar 3,78 yang berarti inovasi proses tinggi. Penilaian untuk indikator variabel inovasi proses paling tinggi di dapat pada indikator IPS3 dengan nilai rata-rata 4,17, sedangkan untuk indikator paling rendah di dapat pada IPS4 dengan nilai rata-rata 3,49. Dilihat dari hasil penilaian tersebut maka dapat disimpulkan para pelaku UMKM bidang *fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta ini sudah menerapkan inovasi proses untuk meningkatkan proses operasional serta pengurangan biaya-biaya operasional.

Tabel 4.10. Penilaian Kinerja Operasional

Indikator	Mean	Kriteria
KO1	4,22	Kinerja Operasional Sangat Tinggi
KO2	3,97	Kinerja Operasional Tinggi
KO3	4,47	Kinerja Operasional Sangat Tinggi
KO4	4,25	Kinerja Operasional Sangat Tinggi
Total Mean	4,22	Kinerja Operasional Sangat Tinggi

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Berdasarkan penilaian pada tabel 4.10. menunjukkan hasil rata-rata dari penilaian responden terhadap variabel kinerja operasional sebesar 4,22 yang berarti kinerja operasional sangat tinggi. Penilaian untuk indikator variabel inovasi proses paling tinggi di dapat pada indikator KO3 dengan nilai rata-rata 4,47, sedangkan untuk indikator paling rendah di dapat pada KO2 dengan nilai rata-rata 3,97. Dilihat dari hasil penilaian tersebut maka dapat disimpulkan para pelaku UMKM bidang *fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta ini sudah menerapkan kinerja operasional untuk meningkatkan proses waktu tunggu untuk menyampaikan pesanan kepada pelanggan dan mengutamakan pelayanan kepada pelanggan.

4.2.2. Analisis Inferensial

4.2.2.1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum dilakukannya analisis regresi antar variabel. Uji asumsi klasik ini dilakukan untuk menghindari adanya kecacatan model dalam analisis regresi. Adapun syarat yang harus dipenuhi untuk model regresi yang baik antara lain variabel residual memiliki distribusi normal. Serta tidak terjadi gejala multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Berikut hasil dari uji asumsi klasik yang dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

1) Uji Normalitas

Tabel 4.11. Uji Normalitas

N	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Nilai Kritis	Keterangan
100	0,193	0,05	Normal

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Uji normalitas disini memiliki ketentuan yaitu nilai signifikansinya harus lebih besar daripada 0,05. Dapat dilihat dari tabel 4.11. bahwa nilai signifikansinya 0,193 di mana nilai nya lebih besar dari nilai kritisnya 0,05. Dapat disimpulkan bahwa uji normalitas tersebut dapat di distribusikan secara normal.

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Nilai Kritis <i>Tolerance</i>	Nilai Kritis VIF	Keterangan
KM	0,637	1,569	0,1	10	Tidak Multikolinearitas
IP	0,692	1,445	0,1	10	Tidak Multikolinearitas
IPS	0,802	1,246	0,1	10	Tidak Multikolinearitas

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Nilai yang umum digunakan untuk uji multikolinearitas adalah ketika nilai *tolerance* $\geq 0,1$ dan nilai VIF ≤ 10 . Dapat dilihat dari tabel 4.12. semua nilai *tolerance* dari variabel lebih dari 0,1 sedangkan untuk nilai VIF semuanya kurang dari 10, dengan begitu dapat disimpulkan bahwa variabel KM, IP, dan IPS tidak terjadi multikolinearitas antar variabel dalam persamaan regresi.

3) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.13. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	<i>Sig.</i>	Nilai Kritis	Keterangan
KM	0,791	0,05	Tidak Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Nilai Kritis	Keterangan
IP	0,750	0,05	Tidak Heteroskedastisitas
IPS	0,533	0,05	Tidak Heteroskedastisitas

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan cara uji glejser di mana dengan cara meregresikan variabel independen dengan variabel residualnya. Dilihat dari hasil tabel 4.13. bahwa nilai signifikansi dari semua variabel di atas 0,05 artinya dalam persamaan model regresi tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

4.2.2.2. Hierarchical Regression Analysis

Dari hasil uji asumsi klasik dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini dapat didistribusikan secara normal dan tidak ada gejala multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Oleh karena itu dapat dilakukannya analisis dengan model *Hierarchical Regression Analysis*. HRA ini dilakukan dengan meregresi empat persamaan antara lain persamaan (1,2,3,4) di mana untuk perbandingannya menggunakan persamaan (1) dan (4) di pembahasan persamaan regresi (4).

Tabel 4.14. Hasil Regresi Persamaan 1

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Adjusted R Square	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,196	1,532		0,000
	KM	0,201	0,031	0,543	0,000

a. Dependent Variable: Kinerja Operasional

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Berdasarkan Tabel 4.14. dapat dijelaskan dalam persamaan regresi (1) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X + e \dots\dots\dots (1)$$

$$KO = 7,196 + 0,543KM + 1,532$$

KO (Y) : Kinerja Operasional

KM (X) : *Knowledge Management*

Dapat dilihat dari persamaan regresi di atas bahwa nilai koefisien konstanta sebesar 7,196 dan nilai *Std. Error* sebesar 1,532 yang artinya jika nilai variabel *knowledge management* (X) konstan bernilai 0, maka nilai dari variabel Kinerja Operasional (Y) adalah 7,196 + 1,532. Sedangkan nilai koefisien regresi *knowledge management* (X) adalah 0,543 yang artinya apabila *knowledge management* meningkat satu satuan maka kinerja operasional akan meningkat 0,543. Penjelasan tersebut dapat diartikan persamaan regresi menunjukkan nilai koefisien *knowledge management* (X) mempunyai pengaruh positif sebesar 0,543 terhadap kinerja operasional (Y) , artinya ketika implementasi *knowledge management* tinggi maka akan meningkatkan juga kinerja operasional perusahaan.

Tabel 4.15. Hasil Regresi Persamaan 2

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Adjusted R Square	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	5,648	1,728			0,001
	KM	0,226	0,035	0,543	0,288	0,000
a. Dependent Variable: Inovasi Produk						

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Berdasarkan Tabel 4.15. dapat dijelaskan dalam persamaan regresi (2) sebagai berikut:

$$(M^1) = a + b_1X + e \dots\dots\dots (2)$$

$$IP = 5,648 + 0,543 KM + 1,728$$

IP (M^1) : Inovasi Produk

KM (X) : *Knowledge Management*

Dapat dilihat dari persamaan regresi di atas bahwa nilai koefisien konstanta sebesar 5,648 dan nilai *Std. Error* sebesar 1,728 yang artinya jika nilai variabel *knowledge management* (X) konstan bernilai 0, maka nilai dari variabel Inovasi Produk (M^1) adalah $5,648 + 1,728$. Sedangkan nilai koefisien regresi *knowledge management* (X) adalah 0,543 yang artinya apabila *knowledge management* meningkat satu satuan maka inovasi produk akan meningkat 0,543. Penjelasan tersebut dapat diartikan persamaan regresi menunjukkan nilai koefisien *knowledge management* (X) mempunyai pengaruh positif sebesar 0,543 terhadap inovasi produk 1 (M^1), artinya ketika implementasi *knowledge management* tinggi maka akan meningkatkan juga inovasi produk pada perusahaan.

Tabel 4.16. Hasil Regresi Persamaan 3

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Adjusted R Square	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	8,918	2,153			0,000
	KM	0,206	0,044	0,427	0,174	0,000
a. Dependent Variable: Inovasi Proses						

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Berdasarkan Tabel 4.15. dapat dijelaskan dalam persamaan regresi (3) sebagai berikut:

$$(M^2) = a + b_1X + e \dots\dots\dots (3)$$

$$IPS = 8,918 + 0,427 KM + 2,153$$

IPS (M^2) : Inovasi Proses

KM (X) : *Knowledge Management*

Dapat dilihat dari persamaan regresi di atas bahwa nilai koefisien konstanta sebesar 8,918 dan nilai *Std. Error* sebesar 2,153 yang artinya jika nilai variabel *knowledge management* (X) konstan bernilai 0, maka nilai dari variabel Inovasi Proses (M^2) adalah $8,918 + 2,153$. Sedangkan nilai koefisien regresi *knowledge management* (X) adalah 0,427 yang artinya apabila *knowledge management* meningkat satu satuan maka inovasi proses akan meningkat 0,427. Penjelasan tersebut dapat diartikan persamaan regresi menunjukkan nilai koefisien *knowledge management* (X) mempunyai pengaruh positif sebesar 0,427 terhadap inovasi proses (M^2), artinya ketika implementasi *knowledge management* tinggi maka akan meningkatkan juga inovasi proses pada perusahaan.

Tabel 4.17. Hasil Regresi Linear Berganda Persamaan (4)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Adjusted R Square	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,891	1,558			0,14

KM	0,107	0,036	0,289		0,004
IP	0,183	0,082	0,206		0,028
IPS	0,255	0,066	0,332		0,000
a. Dependent Variable: Kinerja Operasional					

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Berdasarkan Tabel 4.15. dapat dijelaskan dalam persamaan regresi (4) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X + b_2(M^1) + b_3(M^2) + e \dots\dots\dots (4)$$

$$KO = 3,891 + 0,289 KM + 0,206 IP + 0,332 IPS + 1,558$$

KO (Y) : Kinerja Operasional

KM (X) : *Knowledge Management*

IP (M¹) : Inovasi Produk

IPS (M²) : Inovasi Proses

Dapat dilihat dari persamaan regresi di atas bahwa nilai koefisien konstanta sebesar 3,891 dan nilai *Std. Error* sebesar 1,558 yang artinya jika nilai variabel *knowledge management* (X), inovasi produk (M¹), dan inovasi proses (M²) konstan bernilai 0, maka nilai dari variabel kinerja operasional (Y) adalah 3,981 + 1,558. Sedangkan nilai koefisien regresi *knowledge management* (X) 0,289, inovasi produk (M¹) 0,206, inovasi proses (M²) 0,332 berpengaruh positif terhadap variabel kinerja operasional (Y). Jika dilihat dari perbandingan nilai b standarisasi *knowledge management* pada persamaan (1) dan (4) di mana diketahui bahwa nilai b pada persamaan (2) (0,543) lebih besar dari pada nilai b pada persamaan (3) (0,427) -> (0,289). Selain itu, nilai signifikansi KM juga melemah dari 0,000 di persamaan 1, menjadi 0,004 di persamaan 4. Perbedaan

nilai b dan nilai signifikansi yang didapatkan dari kedua analisis regresi menunjukkan bahwa variabel inovasi produk dan inovasi proses terkonfirmasi sebagai variabel mediasi.

4.2.2.3. Uji T

Penelitian ini dilakukan uji hipotesis di mana menggunakan Uji T berdasarkan hasil analisis regresi yang di jelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.18. Hasil Uji T

Variabel	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	α	Keterangan
KM → IP	0,543	6,397	0,000	0,05	Berpengaruh Signifikan
KM → IPS	0,427	4,679	0,000	0,05	Berpengaruh Signifikan
KM → KO	0,543	6,400	0,000	0,05	Berpengaruh Signifikan
IP → KO	0,206	2,228	0,028	0,05	Berpengaruh Signifikan
IPS → KO	0,332	3,861	0,000	0,05	Berpengaruh Signifikan

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Dari tabel 4.18. dapat dijelaskan hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

- 1) Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Inovasi Produk dengan ketentuan sebagai berikut:

H1(0): *Knowledge Management* tidak berpengaruh terhadap Inovasi Produk.

H1(a): *Knowledge Management* berpengaruh positif terhadap Inovasi Produk.

Adapun nilai regresi dari KM → IP yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai *tolerance* kesalahan (α) ($0,000 < 0,05$) disebutkan

koefisien regresinya untuk menunjukkan hubungan positif. Berdasarkan uji di atas dapat disimpulkan bahwa $H_1(0)$ ditolak, yang berarti bahwa *Knowledge Management* berpengaruh positif terhadap Inovasi Produk.

- 2) Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Inovasi Proses dengan ketentuan sebagai berikut:

$H_2(0)$: *Knowledge Management* tidak berpengaruh terhadap Inovasi Proses.

$H_2(a)$: *Knowledge Management* berpengaruh positif terhadap Inovasi Proses.

Adapun nilai regresi dari $KM \rightarrow IPS$ yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai *tolerance* kesalahan (α) ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan uji di atas dapat disimpulkan bahwa $H_2(0)$ ditolak, dengan begitu hasil $H_2(a)$ adalah *Knowledge Management* berpengaruh positif terhadap Inovasi Proses.

- 3) Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Kinerja Operasional dengan ketentuan sebagai berikut:

$H_3(0)$: *Knowledge Management* tidak berpengaruh terhadap Kinerja Operasional.

$H_3(a)$: *Knowledge Management* berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional.

Adapun nilai regresi dari $KM \rightarrow KO$ yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai *tolerance* kesalahan (α) ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan uji di atas dapat disimpulkan bahwa $H_3(0)$ ditolak, dengan begitu hasil $H_3(a)$ adalah *Knowledge Management* berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional.

- 4) Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional dengan ketentuan sebagai berikut:

H4(0): Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Kinerja Operasional.

H4(a): Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional.

Adapun nilai regresi dari IP → KO yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai *tolerance* kesalahan (α) ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan uji di atas dapat disimpulkan bahwa H4(0) ditolak, dengan begitu hasil H4(a) adalah Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional.

5) Pengaruh Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasional dengan ketentuan sebagai berikut:

H5(0): Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Kinerja Operasional.

H5(a): Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional.

Adapun nilai regresi dari IPS → KO yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai *tolerance* kesalahan (α) ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan uji di atas dapat disimpulkan bahwa H5(0) ditolak, dengan begitu hasil H5(a) adalah Inovasi Proses berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional.

4.2.2.4. Uji F

Penelitian ini dilakukan uji hipotesis di mana menggunakan Uji F berdasarkan hasil analisis regresi yang di jelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.19. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	248,093	3	82,698	24,051	.000 ^b
Residual	330,097	96	3,439		
Total	578,190	99			

a. Dependent Variable: Kinerja Operasional

b. Predictors: (Constant), IPS, IP, KM

Sumber: Olah Data Peneliti, 2021

Dari tabel 4.19. dapat dijelaskan hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

1) H6(0): *Knowledge Management* tidak berpengaruh terhadap Kinerja Operasional dengan mediasi Inovasi Produk.

H6(a): Inovasi produk memediasi antara *knowledge management* dengan kinerja operasional secara positif.

Adapun nilai regresi yang dapat di lihat di tabel 4.19. yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai *tolerance* kesalahan (α) ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan uji di atas dapat disimpulkan bahwa H6(0) ditolak, dengan begitu hasil H6(a) adalah Inovasi Produk memediasi antara *Knowledge Management* dengan Kinerja Operasional secara positif.

2) H7(0): *Knowledge Management* tidak berpengaruh terhadap Kinerja Operasional dengan mediasi Inovasi Proses.

H7(a): Inovasi Proses memediasi antara *Knowledge Management* dengan Kinerja Operasional secara positif.

Adapun nilai regresi yang dapat di lihat di tabel 4.19. yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil daripada nilai *tolerance* kesalahan (α) ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan uji di atas dapat disimpulkan bahwa H7(0) ditolak, dengan begitu hasil H7(a) adalah Inovasi Proses memediasi antara *Knowledge Management* dengan Kinerja Operasional secara positif.

4.3. Pembahasan

4.3.1. Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Inovasi Produk Industri *Fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta

Berdasarkan hasil Uji T yang dapat dilihat pada tabel 4.18. maka hasil hipotesis pertama berbunyi *Knowledge Management* berpengaruh signifikan positif terhadap inovasi produk Industri *Fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil tersebut didapatkan dari hasil analisis persamaan linier pada persamaan (2) di mana hubungan KM-IP mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 di mana lebih kecil dari nilai kesalahan *tolerance* (α) sebesar 0,05. Adapun nilai koefisien regresi *knowledge management* (X) adalah 0,543 yang artinya apabila *knowledge management* meningkat satu satuan maka inovasi produk akan meningkat 0,543.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu Samsir et al., (2017) dalam jurnalnya penelitiannya menyatakan bahwa *knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk. Penelitian yang dilakukan pada Industri *Fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta mendapatkan hasil dari responden UMKM yang sudah banyak menerapkan *knowledge management* dalam proses usahanya sehingga dalam penelitian ini dapat disimpulkan ketika UMKM sudah menerapkan *knowledge management* maka inovasi produknya juga sudah dapat diterapkan oleh pelaku UMKM. *Knowledge Management* sendiri berkaitan dengan adanya pengetahuan

baru dan juga ide-ide baru yang dapat diterapkan dalam perusahaan sehingga penerapannya dapat menimbulkan adanya pengembangan produk dan peningkatan kualitas produksi baik dari segi bahan-bahan baru yang maupun bahan baku yang digunakan saat ini. Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, maka manajemen UMKM perlu untuk menerapkan *knowledge management* dan inovasi produk untuk meningkatkan kinerja bisnis.

4.3.2. Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Inovasi Proses Industri *Fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta

Berdasarkan hasil Uji T yang dapat dilihat pada tabel 4.18. maka hasil hipotesis kedua berbunyi *Knowledge Management* berpengaruh signifikan positif terhadap inovasi proses Industri *Fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil tersebut didapatkan dari hasil analisis persamaan linier pada persamaan (3) di mana hubungan KM-IPS mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 di mana lebih kecil dari nilai kesalahan *tolerance* (α) sebesar 0,05. Adapun nilai koefisien regresi *knowledge management* (X) adalah 0,427 yang artinya apabila *knowledge management* meningkat satu satuan maka inovasi proses akan meningkat 0,427.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu oleh Slavković and Babić (2013) adalah *knowledge management* memiliki pengaruh positif terhadap inovasi proses. Dilihat dari hasil responden terkait dengan sudah dilakukannya implementasi *knowledge management* pada perusahaannya maka hasil tersebut dapat berpengaruh dengan penerapan inovasi proses di mana dalam proses produksinya para pelaku usaha dapat mengurangi kegiatan yang

tidak dapat menambah nilai dalam proses operasionalnya dan juga dapat mengurangi biaya-biaya yang tidak penting dalam proses operasionalnya. Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, maka manajemen UMKM perlu untuk menerapkan *knowledge management* dan inovasi proses untuk meningkatkan kinerja bisnis.

4.3.3. Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Kinerja Operasional Industri *Fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta

Berdasarkan hasil Uji T yang dapat dilihat pada tabel 4.18. maka hasil hipotesis ketiga berbunyi *Knowledge Management* berpengaruh signifikan positif terhadap Kinerja Operasional Industri *Fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil tersebut didapatkan dari hasil analisis persamaan linier pada persamaan (1) di mana hubungan KM-KO mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 di mana lebih kecil dari nilai kesalahan *tolerance* (α) sebesar 0,05. Adapun nilai koefisien regresi *knowledge management* (X) adalah 0,543 yang artinya apabila *knowledge management* meningkat satu satuan maka kinerja operasional akan meningkat 0,543. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu oleh Lin dan Kuo (2007) *knowledge management* berpengaruh positif pada seluruh aspek kinerja organisasi.

Dilihat dari hasil responden terkait dengan sudah dilakukannya implementasi *knowledge management* pada perusahaannya maka hasil tersebut dapat berpengaruh terhadap kinerja operasional di mana dalam implementasinya kinerja operasional disini berkaitan dengan ketepatan waktu dalam memenuhi keinginan pelanggan serata dapat memotong waktu tunggu untuk penyampaian

produk kepada para pelanggan. Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, maka manajemen UMKM perlu untuk menerapkan *knowledge management* dan kinerja operasional untuk meningkatkan kinerja bisnis.

4.3.4. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional Industri Fashion di Daerah Istimewa Yogyakarta

Berdasarkan hasil Uji T yang dapat dilihat pada tabel 4.18. maka hasil hipotesis keempat berbunyi Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional Industri Fashion di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil tersebut didapatkan dari hasil analisis persamaan linier pada persamaan (4) di mana hubungan IP-KO mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,028 di mana lebih kecil dari nilai kesalahan *tolerance* (α) sebesar 0,05. Adapun nilai koefisien regresi inovasi produk (M^1) sebesar 0,206 berpengaruh positif terhadap variabel kinerja operasional (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu oleh Evangelista dan Vezzani (2010) dengan menggunakan teknologi baru maka akan meningkatkan kinerja produk serta menunjukkan bahwa inovasi produk dapat memberikan manfaat bagi perusahaan. . Dilihat dari hasil responden terkait dengan sudah dilakukannya implementasi inovasi produk pada perusahaannya maka hasil tersebut dapat berpengaruh terhadap kinerja operasional di mana dalam implementasinya perusahaan melakukan pengembangan produk dengan mempertimbangkan kemudahan akses yang dibutuhkan untuk pelanggan. Selain itu dalam kinerja operasionalnya perusahaan juga mampu mengikuti apa yang dibutuhkan oleh pelanggan secara

fleksibel sehingga sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan juga. Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, maka manajemen UMKM perlu untuk menerapkan kinerja operasional dan inovasi produk untuk meningkatkan kinerja bisnis.

4.3.5. Pengaruh Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasional Industri Fashion di Daerah Istimewa Yogyakarta

Berdasarkan hasil Uji T yang dapat dilihat pada tabel 4.18. maka hasil hipotesis kelima berbunyi Inovasi Proses berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional Industri Fashion di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil tersebut didapatkan dari hasil analisis persamaan linier pada persamaan (4) di mana hubungan IPS-KO mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 di mana lebih kecil dari nilai kesalahan *tolerance* (α) sebesar 0,05. Adapun nilai koefisien regresi inovasi produk (M^1) sebesar 0,332 berpengaruh positif terhadap variabel kinerja operasional (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu oleh Evangelista dan Vezzani (2010) menyatakan bahwa kinerja dapat meningkat ketika inovasi proses dapat menghasilkan efisiensi dan produktivitas dengan cara memberlakukan produksi dengan lebih efektif yang akan memengaruhi waktu respon, meningkatkan kualitas, dan mengurangi biaya. Dilihat dari hasil responden terkait dengan sudah dilakukannya implementasi inovasi proses pada perusahaannya maka hasil tersebut dapat berpengaruh terhadap kinerja operasional di mana dalam implementasinya perusahaan dapat mengurangi

biaya dan meningkatkan proses operasional sehingga akan menghasilkan proses produksi yang lebih efektif dan efisien. Hal tersebut akan memengaruhi adanya pengurangan waktu tunggu untuk penyampaian barang kepada pelanggan. Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, maka manajemen UMKM perlu untuk menerapkan kinerja operasional dan inovasi proses untuk meningkatkan kinerja bisnis.

4.3.6. Pengaruh Inovasi Produk Memediasi antara *Knowledge Management* dan Kinerja Operasional Industri *Fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta

Berdasarkan hasil Uji F yang dapat dilihat pada tabel 4.19. maka hasil hipotesis keenam berbunyi Inovasi Produk memediasi antara *Knowledge Management* dengan Kinerja Operasional secara positif pada Industri *Fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun nilai koefisien regresi yang didapat dari Uji F untuk KM sebesar 0,289 dan untuk IP 0,206 beserta nilai signifikansinya sebesar 0,004 dan 0,028 lebih kecil dari nilai kesalahan *tolerance* (α) sebesar 0,05 sehingga dapat diputuskan hipotesis keenam ini dapat diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu Schiuma dan Carlucci (2008) menyatakan dengan adanya *knowledge management* ini dapat memunculkan adanya inovasi serta akan memengaruhi tingkat kinerja operasional dan organisasi. Hasil dari penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian dari Al-Sa'di et.al (2017) yang menyatakan bahwa *knowledge management* akan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap kinerja operasional ketika adanya inovasi produk maupun inovasi proses, di mana dapat

di artinya *knowledge management* berpengaruh secara langsung kepada kinerja operasional dan adanya pengaruh tidak langsung dari kedua inovasi tersebut. Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, manajemen UMKM perlu mengimplementasikan inovasi produk sebagai upaya untuk mendukung efektivitas implementasi *knowledge management* dalam meningkatkan kinerja bisnis.

4.3.7. Pengaruh Inovasi Produk Memediasi antara *Knowledge Management* dan Kinerja Operasional Industri *Fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta

Berdasarkan hasil Uji F yang dapat dilihat pada tabel 4.19. maka hasil hipotesis ketujuh berbunyi Inovasi Proses memediasi antara *Knowledge Management* dengan Kinerja Operasional secara positif pada Industri *Fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun nilai koefisien regresi yang didapat dari Uji F untuk KM sebesar 0,289 dan untuk IPS 0,332 beserta nilai signifikansinya sebesar 0,004 dan 0,000 lebih kecil dari nilai kesalahan *tolerance* (α) sebesar 0,05 sehingga dapat diputuskan hipotesis keenam ini dapat diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu Damanpour dan Gopalakrishnan (2001) menyatakan bahwa efek mediasi yang dihasilkan dari inovasi pada hubungan *knowledge management* dengan kinerja dapat menghasilkan kinerja operasional yang meningkatkan proses produksi secara efisien. Hasil dari penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian dari Slavković dan Babić (2013) menyatakan bahwa *knowledge management* berpengaruh positif terhadap kinerja operasional dan juga berpengaruh positif

terhadap inovasi proses, di mana inovasi proses ini mempunyai efek mediasi yang signifikan antara *knowledge management* dengan kinerja organisasi. Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, manajemen UMKM perlu mengimplementasikan inovasi proses sebagai upaya untuk mendukung efektivitas implementasi *knowledge management* dalam meningkatkan kinerja bisnis.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti dapat menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

- 1) *Knowledge Management* terbukti berpengaruh signifikan positif terhadap Inovasi Produk
- 2) *Knowledge Management* terbukti berpengaruh signifikan positif terhadap Inovasi Proses
- 3) *Knowledge Management* terbukti berpengaruh signifikan positif terhadap Kinerja Operasional
- 4) Inovasi Produk terbukti berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional
- 5) Inovasi Proses terbukti berpengaruh positif terhadap Kinerja Operasional
- 6) Inovasi Produk terbukti memediasi antara *Knowledge Management* dengan Kinerja Operasional secara positif
- 7) Inovasi Proses terbukti memediasi antara *Knowledge Management* dengan Kinerja Operasional secara positif

5.2. Keterbatasan Penelitian

- 1) Keterbatasan penelitian ini terbatas dengan acuan jawaban kejujuran oleh para responden dan tidak dilengkapi dengan wawancara untuk mendapatkan hasil yang mungkin dapat menyempurnakan penelitian ini.
- 2) Keterbatasan penelitian ini terbatas hanya pada UMKM di bidang *fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil dari kuesioner yang telah diisi oleh para responden UMKM bidang *fashion* dapat meningkatkan lagi proses *knowledge management* yang dapat diimplementasikan di dalam perusahaan sehingga berpengaruh positif kepada inovasi produk, inovasi proses, yang diharapkan bisa meningkatkan kinerja operasional sehingga akan berdampak baik dalam pelayanan terhadap pelanggan.
- 2) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meluaskan cakupan penelitian atau objek penelitian sehingga tidak hanya pada industri *fashion* saja tetapi bisa mencakup sektor industri lainnya.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak sumber-sumber dari literatur atau jurnal dari penelitian terdahulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdallah, A. and Matsui, Y. (2009), "The impact of lean practices on mass customization and competitive performance of mass-Customizing plants., *The 20th Annual Production and Operations Management Society (POMS) Conference proceedings*, Orlando, May, pp. 1-30
- Abdallah, A. and Phan, C. A. (2007), "The relationship between just-in-time production and human resource management, and their impact on competitive performance". *Yokohama Business Review*, Vol. 28 No. 2, pp. 27-57
- Abdallah, A. B., Obeidat, B. Y. and Aqqad, N. O. (2014), "The impact of supply chain management practices on supply chain performance in Jordan: the moderating effect of competitive intensity". *International Business Research*, Vol. 7 No. 3, pp. 13-27.
- Alegre, J., Lapiedra, R. and Chiva, R., 2006, A measurement scale for product innovation performance. *European Journal of Innovation Management*.
- Al-Sa'di, A. F., Abdallah, A. B., & Dahiyat, S. E. (2017). The Mediating Role of Product and Process Innovations on the Relationship between Knowledge Management and Operational Performance in Manufacturing Companies in Jordan. *Business Process Management Journal*, 23(2), 349-376.
- Al-Shanti, M. A. (2017). The role of transformational leadership on the knowledge management: An applied study on the employees in the Palestinian interior ministry-Gaza strip. *The Jordan Journal of Business Administration*, 13(3), 435-459.
- Al-Tit, A. A. (2016). The mediating role of knowledge management and the moderating part of organizational culture between HRM practices and organizational performance. *International Business Research*, 9(1), 43
- Andreeva, T., & Kianto, A. (2011). Knowledge Processes, Knowledge intensity and innovation analysis.
- Chang, S. and Ahn, J. (2005), "Product and process knowledge in the performance-oriented knowledge management approach". *Journal of Knowledge Management*, Vol. 9 No. 4, pp. 114 – 132.
- Chang, Y. Linton, J. and Chen, M. (2012), "Service regime: an empirical analysis of innovation patterns in service firms". *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 79 No 10, pp. 1569-1582.
- Chong, C. Holden, T. Wihelmij, P. and Schmidt, R. (2000), "Where does knowledge management add value? ". *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 1 No. 4, pp. 366-383.

- Dahiyat, S.E. and Al-Zu'bi, Z.M.F. (2012), "The role of knowledge acquisition in facilitating customer involvement in product development: examining the mediation effect of absorptive capacity". *International Journal of Learning and Change*, Vol. 6, Nos. 3/4, pp. 171–206.
- Damanpour, F. (1991), "Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators", *Academy of Management Journal*, Vol. 34 No. 3, pp. 555-590.
- Damanpour, F. and Gopalakrishnan, S., 2001. The dynamics of the adoption of product and process innovations in organizations. *Journal of management studies*, 38(1), pp.45-65.
- Darroch, J. and McNaughton, R. (2002), "Examining the link between knowledge management practices and types of innovation", *Journal of intellectual Capital*, Vol. 3 No. 3, pp. 210-222
- Evangelista, R. and Vezzani, A. (2010), "The economic impact of technological and organizational innovations. a firm-level analysis". *Research Policy* .Vol. 39 No. 10, pp. 1253-1263.
- Firdaus, & Fakhry, Z, (2018), *Aplikasi Metodologi Penelitian*, Yogyakarta, CV Budi Utama.
- Flynn, B. Huo, B. and Zhao, X. (2010), "The impact of supply chain integration on performance: A contingency and configuration approach". *Journal of Operations Management*, Vol. 28 No. 1, pp. 58–71.
- Ghozali, I, (2011) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I, (2016) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, 8th edn, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I, (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, 9th edn, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gloet, M and Terziovski, M 2004, "Exploring the relationship between knowledge management and innovation performance". *Journal of Manufacturing Technology Management*, vol.15, no. 5, pp. 402-409.
- Gold, A. Malhotra, A. and Segars, A. (2001), "Knowledge management: An organizational capabilities perspective". *Journal of management information systems*, Vol. 18 No. 1, pp. 185-214.
- Gunday, G. Ulusoy, G. Kilic, K. and Alpkan, L. (2011), "Effects of innovation types on firm performance". *Int. J. Production Economics*, Vol. 133 No. 9, pp. 662-676.

- Hassan, M. Shaukat, S. Nawaz, M. and Naz, S. (2013), "Effects of Innovation Types on Firm Performance: an Empirical Study on Pakistan's Manufacturing Sector". *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, Vol. 7 No. 2, pp. 243 – 262
- Kafetzopoulos, D. and Psomas, E. (2015), "The impact of innovation capability on the performance of manufacturing companies". *Journal of Manufacturing Technology Management*, Vol. 26 No. 1, pp. 104 – 130
- Ketokivi, M. and Schroeder, R. (2003), "Manufacturing practices, strategic fit and performance a routine-based view". *International Journal of Operations and Production Management*, Vol. 24 No. 2, pp. 171-191.
- Koperasi dan UKM 2017-2021, Data Dasar Koperasi dan UKM 2017-2021, dilihat 13 Februari 2021, http://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data_dasar
- Kör, B. and Maden, C. (2013), "The Relationship between Knowledge Management and Innovation in Turkish Service and High-Tech Firms". *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 4 No. 4, pp. 293-304.
- Le Bas, C., Mothe, C. and Nguyen-Thi, T.U., 2015. The differentiated impacts of organizational innovation practices on technological innovation persistence. *European Journal of Innovation Management*.
- Leonard-Barton, D. (1991) "The role of process innovation and adaptation in attaining strategic technological capability". *International Journal of Technology Management, Special Issue on Manufacturing Strategy*, Vol. 6, Nos 3/4, pp. 303-320.
- Leong, G.K., Synder, D.L., and Waed, P.T. (1990). Research in the process and content of manufacturing strategy. *Omega*, 28, 109-122.
- Lin, C.-Y. and Kuo, T.-H. (2007), "The mediate effect of learning and knowledge on organizational performance". *Industrial Management and Data Systems*, Vol. 107 No. 7, pp. 1066-1083.
- Liu, P. Chen, W. and Tsai, C. (2004), "An empirical study on the correlation between knowledge management capability and competitiveness in Taiwan's industries". *Technovation*, Vol. 24 No. 12, pp. 971-7
- Manikas, I. and Terry, L. (2010), "A case study assessment of the operational performance of a multiple fresh produce distribution centre in the UK". *British Food Journal*, Vol. 112 No. 6, pp. 653 – 667.
- Naghavi, N. Mohamad, Z. and Sambasivan, M. (2012), "The Mediating Role of Organizational Innovation on the Relationship between Knowledge Management Processes and Organizational Performance in the Public

- Sector". *Knowledge Management International Conference (KMICe)*, Johor Bahru, Malaysia.
- Obeidat, B. Y., Al-Suradi, M. M., Masa'deh, R. E., & Tarhini, A. (2016). The impact of knowledge management on innovation: An empirical study on Jordanian consultancy firms. *Management Research Review*, 39(10), 1214-1238.
- OECD (2005). *The Measurement of Scientific and Technological Activities: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, 3rd ed., Oslo manual, *OECD Publishing, European Commission*.
- Ou, C. Liu, F. Hung, Y. and Yen, D. (2010), "A structural model of supply chain management on firm performance". *International Journal of Operations and Production Management*, Vol. 30 No. 5, pp. 26-545.
- Parlby, D. and Taylor, R. (2000), "The Power of Knowledge: A Business Guide to Knowledge Management", available at www.kpmgconsulting.com/index.html.
- Pauleen, D. Wu, L. and Dexter, S. (2007), Exploring the relationship between national and organizational culture, and knowledge management: Cross-cultural perspectives on knowledge management, Libraries Unlimited, Westport, CT.
- Pérez-López, S. Peón, J. and Vázquez-Ordás, C. (2012), "Information Technology as an Enabler of Knowledge Management: An Empirical Analysis". *Annals of Information Systems, Department of Business Administration, University of Oviedo, Oviedo, Spain*.
- Polder, M. Leeuwen, G. Mohnen, P. and Raymond, W. (2010), "Product, process and organizational innovation: drivers, complementarity and productivity effects". *UNU-MERIT, Maastricht Economic and Social Research and Training Centre on Innovation and Technology*, pp. 1-46.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A, (2020), *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta, Deepublish.
- Roscoe, J.T., 1975. *Fundamentals Research Statistics for Behavioural Sciences*. "What Sample Size is Enough" in Internet Survey Research". *Interpersonal Computing and Technology: An electronic Journal for the 21st Century*.
- Samsir., Nursanti, A., & Zulfadil. (2017). The effect of product innovation as mediation in relationship between knowledge management to competitive

- advantage (Case study in SME of typical food products of Riau Indonesia). *International Journal of Economic Research*, 14(2). 217-226.
- Saunila, M. Pekkola, S. and Ukko, J. (2014), “The relationship between innovation capability and performance”. *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol. 63 No. 2, pp. 234 – 249
- Schiuma, G. and Carlucci, D. (2008), “The Knowledge-Based Foundations of Organisational Performance Improvements: an Action Research Approach”. *Electronic Journal of Knowledge Management*, Vol. 8 No. 3, pp. 333 – 344
- Schroeder, R.G., Anderson, J.C., and Cleveland, G. (1986). The content of manufacturing strategy. *Journal of Operation Management*, 6(4), 367-389.
- Sekaran, Uma . 2011. Research methods for business. Jakarta : Salemba Empat
- Sekaran, Uma, 2007, Research Methods For Business. Jakarta, Salemba Empat.
- Sekaran, Uma, 2013, Research Methods For Business. Jakarta, Salemba Empat.
- Slavković, M. and Babić, V. (2013), “Knowledge management, Innovativeness, and Organizational Performance: Evidence from Serbia”. *Economic Annals*, Vol. 58 No. 199, pp. 85-107.
- Slavkovic, Marko dan Babic, Verica. 2013. Knowledge Management, Innovativeness, and Organizational Performance: *Evidence from Serbia*. *Economic Annals*, volume LVIII, No. 199/ October-December 2013. Pp. 85-107.
- Takeuchi, H. and Nonaka, I. (1986) The New New Product Development Game. *Harvard Business Review*, 64, 137-146.
- Tan, K. Kannan, V. and Narasimhan, R. (2007), “The impact of operations capability on firm performance”. *International Journal of Production Research*, Vol. 45 No. 21, pp. 5135-5156.
- Terziovski, M., and Samson, D. (1999). The link between total quality management, 16(3), 1-18.
- Tidd, J. and Bessant, J. (2011), *Managing Innovation, Integrating Technological, Market and Organizational Change*, 4th ed., Wiley, Chichester
- Troxell dan Stone, Elaine. 1981. *Fashion Merchandising*, 3rd edition. New York: McGraw-Hill.
- Tseng, S. and Lee, P. (2014), “The effect of knowledge management capability and dynamic capability on organizational performance”. *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 27 No. 2,

Utterback, J.M. and Abernathy, W.J. (1975). A Dynamic Model of Process and Product Innovation. *Omega*, 3, 639-656.



LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan Saya Rizqa Mutiara Dinza Anugrahani, Mahasiswi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, Daerah Istimewa Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berhubungan dengan Pengaruh Proses *Knowledge Management* pada Kinerja Operasional yang Dimediasi oleh Inovasi Produk dan Proses pada Industri *Fashion* di Daerah Istimewa Yogyakarta untuk tugas akhir skripsi. Kuesioner ini ditujukan untuk responden para pelaku bisnis di bidang fashion serta berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sehubungan hal tersebut, dimohon kesediaan saudara/i untuk berkenan mengisi kuesioner tersebut. Data yang diisikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk penelitian ini.

Atas perhatian dan kesediaannya dalam mengisi kuesioner penelitian ini, saya mengucapkan terima kasih

Wassalamualaikum. Wr. Wb

Salam Hormat,

Rizqa Mutiara

Bagian 1. Data Responden

1. Nama Usaha :

2. Jumlah Karyawan :

- a. < 10
- b. 10 – 30 orang
- c. > 30 orang

3. Pendapatan dalam 1 Tahun :

- a. < 300 juta
- b. 300 – 2,5 milyar rupiah
- c. > 2,5 milyar

4. Jabatan Responden

- a. Pemilik Usaha
- b. Manajer/Direktur atau Pengelola Usaha
- c. Staf Operasional

5. Umur Usaha

- a. < 2 tahun
- b. 2 – 5 tahun
- c. 6 – 10 tahun
- d. > 10 tahun



Keterangan:

Semua pertanyaan dibawah ini dimaksud untuk mengetahui penilaian Bapak/Ibi/Sdr/i tentang Knowledge Management pada bisnis saudara. Mohon Bapa/Ibu memilih alternatif penilaian yang paling sesuai dengan usaha Anda, dengan indikator jawaban yaitu:

1. Sangat Tidak Setuju (STS): Skor 1

2. Tidak Setuju (TS): Skor 2

3. Netral (N): Skor 3

4. Setuju (S): Skor 4

5. Sangat Setuju (SS): Skor 5

Bagian 2. Knowledge Management

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Usaha yang saya kelola selalu berupaya untuk mengetahui kebutuhan pelanggan di masa depan					
2.	Usaha yang saya kelola memiliki proses yang jelas untuk mengetahui detail karakteristik dari pemasok					
3.	Usaha yang saya kelola memiliki mekanisme untuk mempelajari praktik-praktik keberhasilan dari para pesaing					
4.	Usaha yang saya kelola memiliki alur untuk memperoleh pengetahuan baru dengan memanfaatkan pengetahuan yang sudah ada					
5.	Usaha yang saya kelola selalu mengembangkan ide dan pendekatan baru untuk meningkatkan kinerja					
6.	Usaha yang saya kelola memiliki forum (rapat) yang diadakan secara berkala dengan para karyawan guna mendistribusikan pemikiran atau ide inovasi terbaru					

7.	Usaha yang saya kelola memiliki mekanisme untuk menjamin praktik pembagian kerja yang baik kepada semua departemen/divisi/bagian					
8.	Usaha yang saya kelola memiliki individu yang bertugas di beberapa tim/departemen/divisi sebagai penghubung antar tim/departemen/divisi tersebut					
9.	Usaha yang saya kelola memiliki individu yang bertugas untuk mengumpulkan dan mendistribusikan saran dan masukan dari karyawan					
10.	Usaha yang saya kelola memiliki sistem yang fleksibel untuk dimodifikasi untuk mendukung penerapan pengetahuan baru kepada semua pengelola dan karyawan					
11.	Jajaran Manajemen atau Pengelola menekankan pentingnya pengetahuan baru bagi usaha yang saya kelola					
12.	Usaha yang saya kelola dapat memperoleh dan menerapkan pengetahuan yang digunakan untuk meningkatkan daya saing					

Bagian 3. Inovasi Produk

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Usaha yang saya kelola melakukan pengembangan produk baru dengan fungsi dan spesifikasi yang berbeda dengan sebelumnya					
2.	Usaha yang saya kelola melakukan pengembangan produk dengan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan dan kepuasan pelanggan					

3.	Usaha yang saya kelola melakukan pengembangan produk dengan komponen bahan yang baru dan berbeda dengan produk sebelumnya					
4.	Usaha yang saya kelola berusaha untuk meningkatkan kualitas produksi, baik dari segi komponen maupun bahan baku yang digunakan					

Bagian 4. Inovasi Proses

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Usaha yang saya kelola mampu menghilangkan kegiatan yang tidak menambah nilai dalam proses operasional					
2.	Usaha yang saya kelola mampu mengurangi biaya dan meningkatkan proses operasional					
3.	Usaha yang saya kelola meningkatkan kualitas dengan memperhatikan proses produksi, teknik, dan peralatan penunjang					
4.	Usaha yang saya kelola secara teratur mengalami penurunan biaya terkait dengan proses produksi, teknik, dan peralatan penunjang					
5.	Usaha yang saya kelola mampu menghilangkan kegiatan yang tidak menambah nilai dalam proses produksi					

Bagian 5. Kinerja Operasional

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Usaha yang saya kelola menggunakan sistem ketepatan					

	waktu untuk memenuhi pesanan pelanggan					
2.	Usaha yang saya kelola memiliki waktu tunggu yang pendek untuk menyampaikan pesanan kepada pelanggan					
3.	Usaha yang saya kelola mengutamakan pelayanan untuk pelanggan					
4.	Usaha yang saya kelola mampu mengikuti perubahan kebutuhan atau keinginan pelanggan secara fleksibel					



Lampiran 2: Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

- Validitas dan Reliabilitas Variabel *Knowledge Management*

Correlations													
	K M1	K M2	K M3	K M4	K M5	K M6	K M7	K M8	K M9	K M10	K M11	K M12	TOTAL KM
K M1 Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	1	,36 9**	,45 8**	,58 0**	,41 1**	,27 0**	,27 4**	,25 2*	,29 0**	,36 7**	,42 4**	,46 8**	,638** ,000 100
K M2 Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,36 9**	1	,35 9**	,37 0**	,19 9*	,26 7**	,28 5**	,32 6**	,20 7*	,53 7**	,36 1**	,37 3**	,585** ,000 100
K M3 Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,45 8**	,35 9**	1	,41 6**	,47 8**	,28 2**	,28 4**	,17 8	,11 2	,48 1**	,45 4**	,50 9**	,612** ,000 100
K M4 Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	,58 0**	,37 0**	,41 6**	1	,46 3**	,34 9**	,29 4**	,23 7*	,19 6	,43 2**	,42 6**	,45 8**	,641** ,000 100

K M5	Pearson Correlation	,41 1**	,19 9*	,47 8**	,46 3**	1	,46 0**	,28 5**	,16 3	,24 5*	,34 7**	,29 4**	,44 2**	,598**
	Sig. (2-tailed)	,00 0	,04 7	,00 0	,00 0		,00 0	,00 4	,10 6	,01 4	,00 0	,00 3	,00 0	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
K M6	Pearson Correlation	,27 0**	,26 7**	,28 2**	,34 9**	,46 0**	1	,49 8**	,41 9**	,50 3**	,50 3**	,16 9	,16 6	,688**
	Sig. (2-tailed)	,00 7	,00 7	,00 5	,00 0	,00 0		,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,09 2	,09 8	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
K M7	Pearson Correlation	,27 4**	,28 5**	,28 4**	,29 4**	,28 5**	,49 8**	1	,63 3**	,53 9**	,41 5**	,21 9*	,31 2**	,697**
	Sig. (2-tailed)	,00 6	,00 4	,00 4	,00 3	,00 4	,00 0		,00 0	,00 0	,00 0	,02 9	,00 2	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
K M8	Pearson Correlation	,25 2*	,32 6**	,17 8	,23 7*	,16 3	,41 9**	,63 3**	1	,44 4**	,36 0**	,33 3**	,22 1*	,638**
	Sig. (2-tailed)	,01 1	,00 1	,07 6	,01 8	,10 6	,00 0	,00 0		,00 0	,00 0	,00 1	,02 7	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
K M9	Pearson Correlation	,29 0**	,20 7*	,11 2	,19 6	,24 5*	,50 3**	,53 9**	,44 4**	1	,23 0*	,14 9	,27 1**	,600**
	Sig. (2-tailed)	,00 3	,03 9	,26 6	,05 1	,01 4	,00 0	,00 0	,00 0		,02 1	,13 9	,00 6	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
K M10	Pearson Correlation	,36 7**	,53 7**	,48 1**	,43 2**	,34 7**	,50 3**	,41 5**	,36 0**	,23 0*	1	,42 9**	,43 4**	,717**

	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,02		,00	,00	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
K Pearson	M1 n	,42	,36	,45	,42	,29	,16	,21	,33	,14	,42		,60	,596**
	1 Correlation	4**	1**	4**	6**	4**	9	9*	3**	9	9**	1	5**	
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,00	,00	,09	,02	,00	,13	,00		,00	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
K Pearson	M1 n	,46	,37	,50	,45	,44	,16	,31	,22	,27	,43	,60		,637**
	2 Correlation	8**	3**	9**	8**	2**	6	2**	1*	1**	4**	5**	1	
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,00	,00	,09	,00	,02	,00	,00	,00		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TO Pearson	TA n	,63	,58	,61	,64	,59	,68	,69	,63	,60	,71	,59	,63	1
	LK Correlation	8**	5**	2**	1**	8**	8**	7**	8**	0**	7**	6**	7**	
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,861	12

• Validitas dan Reliabilitas Variabel Inovasi Produk

Correlations					
	IP1	IP2	IP3	IP4	TOTALIP
IP1 Pearson Correlation	1	,411**	,472**	,419**	,754**

	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
IP2	Pearson Correlation	,411**	1	,467**	,599**	,755**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
IP3	Pearson Correlation	,472**	,467**	1	,595**	,820**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
IP4	Pearson Correlation	,419**	,599**	,595**	1	,816**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TO TA LIP	Pearson Correlation	,754**	,755**	,820**	,816**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,788	4

• Validitas dan Reliabilitas Variabel Inovasi Proses

Correlations

	IPS1	IPS2	IPS3	IPS4	IPS5	TOTALIPS
IPS1 Pearson Correlation	1	,538**	,325**	,449**	,586**	,772**
Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100

IPS2	Pearson						
	Correlation	,538**	1	,289**	,524**	,565**	,797**
	Sig. (2-tailed)	,000		,004	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
IPS3	Pearson						
	Correlation	,325**	,289**	1	,120	,339**	,530**
	Sig. (2-tailed)	,001	,004		,234	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
IPS4	Pearson						
	Correlation	,449**	,524**	,120	1	,553**	,746**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,234		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
IPS5	Pearson						
	Correlation	,586**	,565**	,339**	,553**	1	,833**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTALI PS	Pearson						
	Correlation	,772**	,797**	,530**	,746**	,833**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,791	5

- **Validitas dan Reliabilitas Variabel Kinerja Operasional**

Correlations

	KO1	KO2	KO3	KO4	TOTALKO	
KO1	Pearson					
	Correlation	1	,457**	,504**	,303**	,759**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,002	,000
	N	100	100	100	100	100
KO2	Pearson					
	Correlation	,457**	1	,345**	,357**	,762**

	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KO3	Pearson Correlation	,504**	,345**	1	,506**	,765**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KO4	Pearson Correlation	,303**	,357**	,506**	1	,700**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TOT ALK O	Pearson Correlation	,759**	,762**	,765**	,700**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,730	4

Lampiran 3: Tabulasi Data Profil Responden

No.	NamaUsaha	Jumlah Karyawan	Pendapatan dalam 1 Tahun	Jabatan Responden	Umur Usaha
1	@mai.veil	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	2 - 5 tahun
2	By Lentera	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	2 - 5 tahun
3	By Lentera	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	2 - 5 tahun
4	PPPANTS	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
5	PPPANTS	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun

6	bag.ish	< 10 orang	< 300 juta	Manajer/Direktur atau Pengelola Usaha	< 2 tahun
7	Honestgoods	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	2 - 5 tahun
8	Hamy.ku	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
9	Defender.idn	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	2 - 5 tahun
10	Primestates	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
11	manvfaktur	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
12	Lucifer	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
13	Sandhangan.diy	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	2 - 5 tahun
14	MT	> 30 orang	> 2,5 milyar	Staf Operasional	2 - 5 tahun
15	Inti Media	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	> 10 tahun
16	Tothelune	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
17	Visbayakov	> 30 orang	< 300 juta	Manajer/Direktur atau Pengelola Usaha	2 - 5 tahun
18	Locatalogue	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
19	Strcrs	10-30 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	cashier	6 -10 tahun
20	Nevil Tees	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	2 - 5 tahun
21	type project	< 10 orang	< 300 juta	staf marketing	< 2 tahun
22	Over hem Sablon	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	2 - 5 tahun
23	Denverstore	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
24	Popoluca	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	2 - 5 tahun
25	Round.Rope	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
26	Kondang Bati	< 10 orang	300 juta - 2,5	Pemilik Usaha	> 10 tahun

			milyar rupiah		
27	Kondang Bati	< 10 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Pemilik Usaha	> 10 tahun
28	Sandhangan.diy	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	2 - 5 tahun
29	Mulaihariini	< 10 orang	< 300 juta	Marketing	2 - 5 tahun
30	Retsa	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
31	salvos	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
32	Ghazyshop	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	6 -10 tahun
33	ZW	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	2 - 5 tahun
34	Mayranta	Tidak ada	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
35	Restless	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
36	nabooya	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	2 - 5 tahun
37	<u>RESTUIBU.ID</u>	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	2 - 5 tahun
38	Delight Market	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
39	Delami	> 30 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Staf Operasional	> 10 tahun
40	@hadaracomfort_	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
41	Yikes All Day	< 10 orang	< 300 juta	Manajer/Direktur atau Pengelola Usaha	6 -10 tahun
42	E.S	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
43	P	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	2 - 5 tahun
44	SCH	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	2 - 5 tahun
45	dailynoon	< 10 orang	300 juta - 2,5 milyar	Staf Operasional	2 - 5 tahun

			rupiah		
46	CRSL store	10-30 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Staf Operasional	6 - 10 tahun
47	Berkana	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	6 - 10 tahun
48	Ayasha hijab house	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	2 - 5 tahun
49	IMKY	< 10 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Staf Operasional	2 - 5 tahun
50	ELMOUR	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	< 2 tahun
51	Melstore.jkt Cab. Yogyakarta	< 10 orang	< 300 juta	Manajer/Direktur atau Pengelola Usaha	2 - 5 tahun
52	Kacamata Jogja	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	6 - 10 tahun
53	Mo	< 10 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Staf Operasional	6 - 10 tahun
54	Faezya grosir	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	< 2 tahun
55	Clarisse Shoes	< 10 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Staf Operasional	< 2 tahun
56	Nadiraa hijab Yogyakarta	< 10 orang	> 2,5 milyar	Staf Operasional	< 2 tahun
57	Denara Moslem Gallery	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	< 2 tahun
58	Suncloud	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
59	dw	> 30 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Staf Operasional	> 10 tahun
60	Paramount	< 10 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Pemilik Usaha	> 10 tahun
61	Myshabeautycorner	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun

62	Tiby Project	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	< 2 tahun
63	Denara Moslem Gallery	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	< 2 tahun
64	The Cookiela	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
65	Clo	< 10 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Staf Operasional	6 -10 tahun
66	Toko Jam OYON	10-30 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Staf Operasional	> 10 tahun
67	MS	10-30 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Staf Operasional	< 2 tahun
68	Myshabeautycorner	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
69	Directbloom	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	< 2 tahun
70	TIV	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	< 2 tahun
71	Projek musha	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
72	Alineascraft	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	2 - 5 tahun
73	IdiotFams	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	6 -10 tahun
74	V	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
75	Raccoon Store	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	6 -10 tahun
76	Fivekixxs	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	2 - 5 tahun
77	Dagadu	> 30 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Staf Operasional	> 10 tahun
78	Dagadu	> 30 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Staf Operasional	> 10 tahun
79	Indeast	< 10 orang	< 300	Pemilik Usaha	< 2 tahun

			juta		
80	DE JAMBANO STOREEE	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
81	Bukanbarumarket	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
82	Footwear.yk	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	2 - 5 tahun
83	Dian Pelangi Jogja	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	6 -10 tahun
84	Afira konveksi	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	> 10 tahun
85	Rabbani Hijab Cab Jogja	< 10 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Staf Operasional	6 -10 tahun
86	Dwistuff	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	2 - 5 tahun
87	Aneka Jaya Fashion	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	> 10 tahun
88	Batik Pangestu	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	6 -10 tahun
89	G	< 10 orang	> 2,5 milyar	Staf Operasional	> 10 tahun
90	Batik Wisnu	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	> 10 tahun
91	Mesy	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
92	KBF	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
93	B	< 10 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Staf Operasional	< 2 tahun
94	B	< 10 orang	< 300 juta	Shopkeeper	6 -10 tahun
95	Elzata Hijab	< 10 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Staf Operasional	> 10 tahun
96	Pands Busana Muslim	10-30 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Staf Operasional	> 10 tahun
97	Iw	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun

98	Dian Pelangi Jogja	< 10 orang	< 300 juta	Staf Operasional	6 -10 tahun
99	weka shop	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun
100	Ulittthrift	< 10 orang	< 300 juta	Pemilik Usaha	< 2 tahun

Lampiran 4: Tabulasi Data Variabel

1) Variabel *Knowledge Management*

N O.	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	TOT
	M 1	M 2	M 3	M 4	M 5	M 6	M 7	M 8	M 9	M1 0	M1 1	M1 2	AL KM
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	48
3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	48
4	5	5	4	4	3	2	3	5	1	4	5	4	45
5	5	5	4	4	3	2	3	5	1	4	5	4	45
6	5	4	4	4	4	3	3	2	2	3	4	4	42
7	5	4	5	5	4	3	5	4	5	4	4	4	52
8	2	3	3	4	5	3	3	3	3	2	2	3	36
9	5	3	4	4	5	5	3	5	3	5	5	4	51
10	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	48
11	4	4	3	4	3	4	5	5	5	3	3	4	47
12	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
13	4	5	4	4	5	5	2	2	2	4	4	4	45
14	2	2	1	2	3	1	4	3	4	2	2	3	29
15	4	4	5	3	3	2	2	2	3	4	4	4	40
16	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	5	46

17	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	49
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
19	2	4	2	3	3	1	2	5	2	2	5	4	35
20	5	4	3	5	5	4	3	4	4	4	4	2	47
21	5	3	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	51
22	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	41
23	3	5	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	42
24	4	4	3	4	5	3	5	3	4	5	4	5	49
25	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	57
26	5	4	4	4	5	1	2	2	4	2	4	5	42
27	5	4	4	4	5	1	2	2	4	2	4	5	42
28	4	5	4	4	5	5	2	2	2	4	4	4	45
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
30	5	5	3	5	4	3	3	3	3	5	3	5	47
31	4	2	5	5	5	3	2	1	1	4	4	4	40
32	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	55
33	4	4	3	5	4	4	4	4	2	3	3	3	43
34	5	3	4	4	5	2	2	2	2	2	3	4	38
35	4	4	5	4	5	5	4	3	2	5	4	4	49
36	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	54
37	4	3	5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	44
38	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	53
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
40	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	43
41	5	4	5	5	5	4	3	3	5	4	5	5	53
42	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	52
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

44	5	5	4	5	3	2	3	2	3	5	4	5	46
45	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5	5	4	54
46	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	52
47	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	56
48	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	55
49	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	53
50	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
51	5	5	5	4	5	3	3	5	3	5	3	5	51
52	5	4	3	4	4	5	3	3	5	4	3	4	47
53	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
54	4	5	4	3	5	5	4	4	5	5	2	3	49
55	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	49
56	4	4	5	3	5	3	4	3	3	3	4	4	45
57	4	4	4	4	4	3	4	3	3	5	4	4	46
58	5	5	5	5	5	3	4	4	2	4	3	4	49
59	5	5	5	3	4	3	5	5	4	4	3	4	50
60	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	38
61	5	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	43
62	5	4	5	5	5	2	4	3	1	5	5	5	49
63	4	4	4	4	4	3	4	3	3	5	4	4	46
64	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
65	5	4	3	5	5	5	5	5	5	3	3	4	52
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
67	4	4	4	5	4	3	3	4	3	3	5	4	46
68	5	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	43
69	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	52
70	5	5	4	4	4	4	5	4	5	3	5	5	53

71	5	3	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	54
72	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	56
73	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	56
74	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	57
75	5	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	4	52
76	5	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	55
77	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	46
78	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	46
79	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	39
80	5	4	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	48
81	4	5	5	5	5	1	5	5	1	5	5	5	51
82	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47
83	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	53
84	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
86	3	4	5	4	5	5	5	2	3	4	3	5	48
87	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	32
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
89	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	57
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
92	5	4	5	5	4	3	3	3	3	4	3	4	46
93	4	4	4	3	5	4	3	3	3	4	4	4	45
94	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	42
95	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	43
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
97	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	51

98	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	53
99	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	47
100	5	3	4	4	4	2	2	2	2	2	4	4	38
Total													
Mean	4,4	4,1	4,1	4,2	4,3	3,7	3,7	3,7	3,5				
	4	3	9	2	7	1	8	7	7	4,01	4,02	4,19	48,4

2) Variabel Inovasi Produk

NO	IP1	IP2	IP3	IP4	TOTAL IP
1	4	4	4	4	16
2	4	5	5	5	19
3	4	5	5	5	19
4	2	4	3	5	14
5	2	4	3	5	14
6	3	3	3	3	12
7	1	5	1	1	8
8	5	4	3	5	17
9	3	3	5	5	16
10	4	4	4	4	16
11	3	5	2	5	15
12	5	4	5	5	19
13	5	4	4	5	18
14	2	2	3	3	10
15	3	3	4	4	14
16	4	4	4	4	16
17	3	4	3	5	15
18	5	5	5	5	20
19	4	2	1	1	8

20	4	5	5	5	19
21	4	5	4	5	18
22	4	4	4	4	16
23	3	4	3	3	13
24	5	5	4	5	19
25	5	5	4	5	19
26	5	4	4	5	18
27	5	4	4	5	18
28	5	4	4	5	18
29	4	5	5	5	19
30	5	5	4	5	19
31	4	5	5	5	19
32	3	4	4	4	15
33	4	4	4	4	16
34	4	4	5	5	18
35	3	4	2	4	13
36	4	5	5	5	19
37	3	3	3	3	12
38	5	4	5	4	18
39	5	5	5	5	20
40	3	4	4	4	15
41	5	5	5	5	20
42	5	5	4	4	18
43	5	5	5	5	20
44	3	5	4	5	17
45	3	5	5	5	18
46	3	4	4	4	15
47	4	4	4	4	16
48	4	4	4	5	17
49	5	5	4	5	19
50	5	5	5	5	20
51	3	5	3	5	16
52	3	5	5	5	18

53	4	5	5	5	19
54	3	5	4	5	17
55	4	5	5	5	19
56	4	4	5	5	18
57	1	4	4	4	13
58	3	5	4	5	17
59	5	5	4	5	19
60	3	3	3	3	12
61	4	4	4	4	16
62	4	5	5	5	19
63	1	4	4	4	13
64	4	4	4	4	16
65	5	5	5	5	20
66	5	5	4	5	19
67	4	4	4	4	16
68	4	4	4	4	16
69	4	4	5	5	18
70	5	5	5	5	20
71	3	3	3	4	13
72	4	4	5	4	17
73	5	5	5	5	20
74	5	5	5	5	20
75	4	4	3	5	16
76	4	5	3	5	17
77	4	4	2	4	14
78	4	4	2	4	14
79	3	3	3	4	13
80	4	4	2	5	15
81	5	5	5	5	20
82	4	4	4	4	16
83	4	4	5	5	18
84	3	3	3	3	12
85	4	4	4	4	16

86	5	5	5	5	20
87	3	3	3	3	12
88	4	4	4	4	16
89	5	5	4	3	17
90	3	3	3	3	12
91	5	5	5	5	20
92	4	5	4	5	18
93	5	5	4	4	18
94	3	4	3	4	14
95	4	4	4	4	16
96	4	4	4	4	16
97	5	4	5	4	18
98	4	4	5	5	18
99	4	4	4	5	17
100	5	5	5	5	20
Total Mean	3,91	4,28	4	4,42	16,61

3) Variabel Inovasi Proses

NO	IPS1	IPS2	IPS3	IPS4	IPS5	TOTAL IPS
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	5	4	4	21
3	4	4	5	4	4	21
4	4	5	4	5	5	23
5	4	5	4	5	5	23
6	3	4	4	3	3	17
7	3	4	4	4	3	18
8	5	4	4	4	4	21
9	3	1	5	1	3	13
10	4	3	3	4	4	18
11	3	4	4	3	3	17
12	5	5	4	5	4	23

13	4	4	5	4	4	21
14	3	2	2	3	3	13
15	4	4	4	4	4	20
16	3	3	4	4	4	18
17	4	4	4	3	3	18
18	5	5	5	5	5	25
19	3	2	2	4	2	13
20	3	3	4	3	3	16
21	4	3	4	4	3	18
22	3	3	4	1	4	15
23	3	4	3	3	3	16
24	4	2	5	4	3	18
25	4	4	5	3	4	20
26	3	4	4	2	3	16
27	3	4	4	2	3	16
28	4	4	5	4	4	21
29	4	4	4	3	5	20
30	4	5	4	2	4	19
31	4	2	5	1	4	16
32	3	3	3	4	4	17
33	5	5	4	4	4	22
34	4	4	5	3	4	20
35	4	3	4	4	4	19
36	4	4	4	4	4	20
37	3	4	3	3	3	16
38	5	5	5	4	5	24
39	5	5	5	5	5	25
40	3	3	4	3	3	16
41	3	3	4	3	3	16
42	4	4	5	4	4	21
43	5	5	5	5	5	25
44	4	5	5	4	4	22
45	4	3	4	3	3	17

46	4	3	4	4	4	19
47	3	3	4	4	3	17
48	4	4	5	4	5	22
49	3	3	5	3	3	17
50	4	5	5	5	5	24
51	5	3	3	3	3	17
52	3	3	5	2	3	16
53	4	4	5	3	5	21
54	1	2	4	3	1	11
55	3	4	4	3	3	17
56	4	4	4	3	3	18
57	4	4	3	4	4	19
58	4	4	4	3	3	18
59	5	4	5	2	2	18
60	3	4	4	4	4	19
61	4	4	4	2	4	18
62	4	4	5	4	4	21
63	4	4	3	4	4	19
64	4	4	4	4	4	20
65	2	3	5	2	3	15
66	2	2	4	2	2	12
67	3	2	5	2	3	15
68	4	4	4	2	4	18
69	3	3	4	4	4	18
70	5	4	4	4	3	20
71	4	5	5	3	1	18
72	5	4	5	5	5	24
73	4	5	5	5	5	24
74	5	4	5	3	5	22
75	4	4	5	3	4	20
76	4	5	5	3	5	22
77	3	4	4	3	3	17
78	3	4	4	3	3	17

79	4	4	3	3	4	18
80	5	4	5	5	5	24
81	4	5	5	5	5	24
82	4	3	3	3	4	17
83	4	4	4	4	4	20
84	3	3	3	3	3	15
85	4	4	4	4	4	20
86	3	3	4	3	3	16
87	3	3	3	3	3	15
88	4	4	4	4	4	20
89	4	5	5	4	5	23
90	4	4	4	4	4	20
91	5	5	5	5	5	25
92	4	4	5	5	5	23
93	3	2	3	2	2	12
94	4	4	4	4	4	20
95	3	4	3	3	3	16
96	3	4	3	3	3	16
97	4	4	4	3	4	19
98	4	4	4	4	4	20
99	3	4	5	4	3	19
100	3	5	3	5	5	21
Total Mean	3,74	3,78	4,17	3,49	3,72	18,9

4) Variabel Kinerja Operasional

NO	KO1	KO2	KO3	KO4	TOTAL KO
1	4	4	4	4	16
2	4	5	5	5	19
3	4	5	5	5	19
4	4	5	5	4	18
5	4	5	5	4	18

6	2	3	5	4	14
7	5	4	3	5	17
8	4	5	3	4	16
9	5	4	5	5	19
10	4	4	4	4	16
11	4	3	4	4	15
12	5	5	4	4	18
13	5	5	4	4	18
14	2	2	1	3	8
15	5	5	5	5	20
16	4	4	4	3	15
17	3	2	4	5	14
18	5	5	5	5	20
19	3	3	3	3	12
20	5	3	4	1	13
21	4	3	5	5	17
22	4	4	4	3	15
23	5	4	5	4	18
24	5	5	5	5	20
25	4	5	5	5	19
26	5	4	5	4	18
27	5	4	5	4	18
28	5	5	4	4	18
29	5	5	5	5	20
30	5	4	5	5	19
31	4	4	5	5	18
32	5	3	4	4	16
33	4	4	4	4	16
34	5	2	5	5	17
35	5	4	5	5	19
36	5	5	5	5	20
37	5	3	5	4	17
38	5	5	5	5	20

39	5	4	5	5	19
40	3	3	4	4	14
41	5	5	5	5	20
42	5	4	4	4	17
43	5	5	5	5	20
44	5	4	5	5	19
45	5	5	5	4	19
46	5	2	5	4	16
47	5	2	5	4	16
48	4	4	4	4	16
49	5	3	5	4	17
50	5	5	5	5	20
51	3	4	3	3	13
52	4	3	5	5	17
53	5	5	5	4	19
54	3	3	5	4	15
55	4	4	5	4	17
56	4	3	5	5	17
57	4	5	5	3	17
58	5	5	5	5	20
59	2	2	3	4	11
60	4	4	4	4	16
61	4	4	5	5	18
62	5	5	5	5	20
63	4	5	5	3	17
64	4	4	4	4	16
65	5	4	5	5	19
66	5	2	5	3	15
67	3	3	5	4	15
68	4	4	5	5	18
69	4	4	5	5	18
70	4	4	5	4	17
71	5	5	5	5	20

72	5	5	5	5	20
73	4	5	5	5	19
74	3	5	5	5	18
75	4	5	5	5	19
76	4	4	5	5	18
77	3	2	4	4	13
78	3	2	4	4	13
79	4	4	3	4	15
80	5	4	5	4	18
81	5	5	5	5	20
82	4	3	4	4	15
83	4	4	4	4	16
84	3	3	3	3	12
85	4	4	4	4	16
86	4	5	5	4	18
87	3	3	3	3	12
88	4	4	4	4	16
89	5	5	4	4	18
90	4	4	4	4	16
91	5	5	5	5	20
92	5	5	4	4	18
93	4	3	5	3	15
94	4	4	4	4	16
95	3	3	4	4	14
96	4	4	4	4	16
97	4	5	5	5	19
98	4	4	4	4	16
99	3	3	4	4	14
100	3	3	3	4	13
Total Mean	4,22	3,97	4,47	4,25	16,91



Lampiran 5: Uji Asumsi Klasik

- **Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,82600888
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,074
	Positive	,052
	Negative	-,074
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,193 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



- **Uji Multikolinearitas**

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,891	1,558		2,498	,014		
TOTALKM	,107	,036	,289	2,988	,004	,637	1,569
TOTALIP	,183	,082	,206	2,228	,028	,692	1,445
TOTALIPS	,255	,066	,332	3,861	,000	,802	1,246

a. Dependent Variable: TOTALKO

- **Heteroskedastisitas**

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,771	2,223		,347	,730
	TOTALK M	,014	,051	,034	,266	,791
	TOTALIP	-,037	,117	-,039	-,319	,750
	TOTALIP S	-,059	,094	-,071	-,626	,533

a. Dependent Variable: LN_RES

Lampiran 6: Hasil Regresi

- Hasil Regresi (1)



Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TOTALKM ^b		Enter

a. Dependent Variable: TOTALKO

b. All requested variables entered.



Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,543 ^a	,295	,287	2,040

a. Predictors: (Constant), TOTALKM

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	170,322	1	170,322	40,924	,000 ^b
Residual	407,868	98	4,162		
Total	578,190	99			

a. Dependent Variable: TOTALKO

b. Predictors: (Constant), TOTALKM

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,196	1,532		4,696	,000
TOTAL KM	,201	,031	,543	6,397	,000

a. Dependent Variable: TOTALKO

• **Hasil Regresi (2)**

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TOTALKM ^b		Enter

a. Dependent Variable: TOTALIP

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,543 ^a	,295	,288	2,301

a. Predictors: (Constant), TOTALKM

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	216,887	1	216,887	40,961	,000 ^b
	Residual	518,903	98	5,295		
	Total	735,790	99			

a. Dependent Variable: TOTALIP

b. Predictors: (Constant), TOTALKM



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,648	1,728		3,268	,001
	TOTALKM	,226	,035	,543	6,400	,000

a. Dependent Variable: TOTALIP



• **Hasil Regresi (3)**

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TOTALKM ^b		Enter

a. Dependent Variable: TOTALIP

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,427 ^a	,183	,174	2,866

a. Predictors: (Constant), TOTALKM

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	179,845	1	179,845	21,890	,000 ^b
	Residual	805,155	98	8,216		
	Total	985,000	99			

a. Dependent Variable: TOTALIPS

b. Predictors: (Constant), TOTALKM

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,918	2,153		4,143	,000
	TOTALKM	,206	,044	,427	4,679	,000

a. Dependent Variable: TOTALIPS



• **Hasil Regresi (4)**

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TOTALIPS, TOTALIP, TOTALKM ^b		Enter

a. Dependent Variable: TOTALKO

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,655 ^a	,429	,411	1,854

a. Predictors: (Constant), TOTALIPS, TOTALIP, TOTALKM

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	248,093	3	82,698	24,051	,000 ^b
	Residual	330,097	96	3,439		
	Total	578,190	99			

a. Dependent Variable: TOTALKO

b. Predictors: (Constant), TOTALIPS, TOTALIP, TOTALKM



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,891	1,558		2,498	,014
	TOTALKM	,107	,036	,289	2,988	,004
	TOTALIP	,183	,082	,206	2,228	,028
	TOTALIPS	,255	,066	,332	3,861	,000

a. Dependent Variable: TOTALKO