

**PENGARUH AKTIVITAS INOVASI TERHADAP KINERJA INOVASTIF
DAN KINERJA PERUSAHAAN PADA UKM KERAJINAN BATIK DI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama : Agus Ilham Akbar Syani
NIM : 14311700
Jurusan : Manajemen
Bidang : Operasional

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2019

Pengaruh Aktivitas Inovasi Terhadap Kinerja Inovatif dan Kinerja Perusahaan
Pada UKM Kerajinan Batik di Yogyakarta

SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

Nama : Agus Ilham Akbar Syani
NIM : 14311700
Jurusan : Manajemen
Bidang : Operasional

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
T.A 2018/2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Agus Ilham Akbar Syani menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **PENGARUH AKTIVITAS INOVASI TERHADAP KINERJA INOVATIF DAN KINERJA PERUSAHAAN PADA UKM BATIK DI YOGYAKARTA**, adalah benar-benar hasil tulisan saya sendiri yang merupakan hasil penelitian, pengolahan, dan analisis saya sendiri.

Apabila terbukti skripsi ini plagiat maka skripsi ini dianggap gugur dan harus melakukan penelitian ulang untuk menyusun skripsi baru atau kelulusan serta gelar dibatalkan.

Dengan demikian pernyataan ini dibuat dengan segala akibat di kemudian hari menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 01 April 2019

Penulis,



(Agus Ilham Akbar Syani)

NIM: 14311700

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH AKTIVITAS INOVASI TERHADAP KINERJA INOVASTIF
DAN KINERJA PERUSAHAAN PADA UKM KERAJINAN BATIK DI
YOGYAKARTA

Nama : Agus Ilham Akbar Syani
No Mahasiswa : 14311700
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 01 April 2019

Telah disetujui dan disahkan oleh

dosen pembimbing,



Siti Nursyamsiah Dra., M.M.

NIP: 883110107

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL
PENGARUH INOVASI TERHADAP KINERJA INOVATIF DAN KINERJA PERUSAHAAN

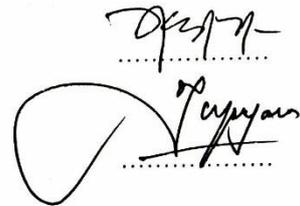
Disusun Oleh : **AGUS ILHAM AKBAR SYANI**
Nomor Mahasiswa : **14311700**

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

Pada hari Senin, tanggal: 13 Mei 2019

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

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



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Jaka Snyana, SE., M.Si, Ph.D.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- ❖ Kedua orang tua tercinta yang telah mendidik saya dari kecil, membesarkan, memberi kasih sayang yang tiada henti, semangat dan motivasi serta doa dalam setiap langkah hidupku.
- ❖ Untuk abang-abang dan juga kakakku yang selalu memberikan dukungan dan semangat dari jauh, terimakasih atas do'a dan semangat yang selalu kalian berikan untuk kesuksesanku.



ABSTRAK

Pada zaman milenium yang tengah berlangsung saat ini telah membawa perubahan besar dalam lingkungan bisnis dan juga persaingan antar pelaku usaha yang semakin ketat. Munculnya persaingan yang ketat ini membuat para pelaku usaha untuk melakukan aktivitas inovasi dalam menanggapi permintaan konsumen yang semakin beragam seperti produk yang memiliki kualitas lebih baik, sehingga setiap perusahaan harus memberikan standar keunggulan yang baik pula bagi setiap produknya. Persaingan global dan peningkatan produktivitas menjadi isu penting apabila ingin mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh aktivitas inovasi terhadap kinerja inovatif, menganalisa pengaruh kinerja inovatif terhadap kinerja produksi, menganalisa pengaruh kinerja inovatif terhadap kinerja pemasaran, menganalisa pengaruh kinerja inovatif terhadap kinerja keuangan. Penelitian ini dilakukan pada UKM kerajinan batik yang berlokasi di daerah Yogyakarta pada bulan Desember 2018 dengan jumlah sampel 200 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling, peneliti menentukan kriteria sampel untuk mengumpulkan informasi dari target tertentu karena setiap elemen populasi tidak memiliki karakter yang sama dengan sampel penelitian, tetapi hanya elemen populasi yang memenuhi persyaratan tertentu yang akan ditentukan sebagai sampel dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian membuktikan bahwa Aktivitas Inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovatif, kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja produksi, kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja pemasaran, kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Kata Kunci: Inovasi, Kinerja Inovatif, Kinerja Produksi, Kinerja Pasar, Kinerja keuangan.

ABSTRACT

The ongoing millennial era as it is today has brought significant changes in business environment and the tighter competition among businessmen as well. The rise of tight competition makes the businessmen do innovation activities in response to the increasing customer demands such as products with better quality. This makes every company need to give standards of excellence in their products. Global competition and productivity increase have become major issues in reaching sustainable competitive excellences. This research is aimed to analyze the effects of innovation activities on innovative performance, innovative performances on production performance, innovative performances on market performance, and innovative performances on financial performance. The research was conducted at UKM of batik crafts located in Yogyakarta on December 2018 with the number of samples was 200 respondents using purposive sampling technique where the researcher defines sample criteria to collect information from particular targets because each element doesn't have the same character with research sample, but only the elements of the population meeting specific requirements that will be defined as the samples in this research. Hypothesis testing in this research uses Structural Equation Modelling (SEM) analysis. Results show that innovation have impacts on innovative performance, innovative performances on productive performance, innovative performances on marketing performance, and innovative performances on financial performance.

Keywords: *innovation, innovative performance, production performance, market performance, finance performance.*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah Rabbil'alamin, sujud syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, rizki dan karunia-Nya serta sholat dan salam senantiasa bagi junjungan besar Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Serta atas ridhi-Nya hambatan yang penulis alami dari awal pembuatan hingga akhir dapat terlewati dan terselesaikan.

Penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Aktivitas Inovasi Terhadap Kinerja Inovatif dan Kinerja Perusahaan Perusahan pada UKM di Yogyakarta”** ini disusun sebagai salah satu syarat akademik untuk memperoleh jenjang kesarjanaan Strata Satu pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Tugas ini dapat saya selesaikan atas bantuan dari Allah SWT yang selalu memberikan kekuatan pada saya untuk selalu berjuang untuk menyelesaikan tugas ini. Tidak lupa saya ucapkan terimakasih kepada pihak yang sudah membantu dan memberikan dorongan dalam bentuk moral, material dan waktu. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas karunia, rahmat dan rizki dalam bentuk akal, fikiran, kesabaran serta segala kemudahan yang telah diberikan selama penelitian ini berlangsung sampai dengan akhir penelitian.
2. Kedua orangtua dan keluarga yang sangat saya sayangi, terima kasih telah menjadi alasan saya untuk selalu bangkit dan menjadi penyemangat dari segala motivasi, serta doa dalam setiap langkahku. Terimakasih atas segala dukungan baik moral, material dan finansial yang selalu diberikan dari

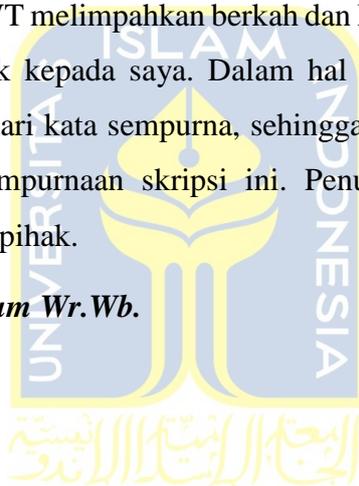
hingga akhirnya saya dapat kuliah dengan baik dan menyelesaikan skripsi ini.

3. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia
4. Ibu Siti Nursyamsiah Dra., MM. selaku Dosen pembimbing, yang bersedia meluangkan waktunya serta telah sangat sabar dan bijaksana dalam memberikan arahan ataupun petunjuk selama penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas nasehat, saran yang telah diberikan selama penelitian ini.
5. Saudara-saudari kandung saya, Norvie Aperiansyani ST.,MA., Satria Dermawansyani, Vera Marliansyani yang selalu mendukung dan memberikan semangat di keluarga, serta dukungan moral dan finansial demi melancarkan studi di UII.
6. Zana Eksantia Maharani dan Nepzie Pungkie, teman seperjuangan dan juga sahabatku sejak SMA yang paling baik dan selalu memberi nasihat ataupun dukungan di kala ada masalah.
7. Ayu Lestari, yang menemani perjalanan hingga saat ini, kuucapkan terima kasih atas dukungan, saran dan motivasinya dalam menyelesaikan skripsi ataupun persoalan lainnya.
8. Agung setiyawan Nugroho, terimakasih bro telah menjadi keluarga selama di jogja. Tolong nanti cukup ceritakan yang baik-baik saja tentang aku ke anakmu.
9. Tyo, Amin, Beta, Rere, Ryad, terima kasih kawan atas solidaritas, pengertian dan kekeluargaan yang telah kita bangun di kontrakan.
10. Pandega, terimakasih telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
11. Rafi, Rafiqi, Afiz, Ahok, Dewata, terimakasih telah menjadi partner debat saya yang kadang tidak berfaedah.
12. Ika, Ardi, terimakasih kawan yang telah menjadi partner billiar saya.
13. Latifah, Sasa, Erlyta, Grace, Ella, Dewi, Dian, Tyofani, Widi, Shella, Febriani, Christy, Hega, Bella, Icha terimakasih sudah pernah singgah di hati saya dan membuat hidup lebih berwarna selama di Jogja.

14. Garlinda kinanti, terimakasih adinda, wanita soleha yang menjadi motivasi dalam menjalani kehidupan yang penuh sandiwara ini. Semoga berakhir dengan kebahagiaan.
15. HPMSB, terimakasih telah menjadi tempat untuk mengeluarkan ide, pendapat dan kebebasan berekspresi.
16. Banteng Basketball, New Hope Futsal, terimakasih telah menjadi tempat untuk menghilangkan kejenuhan.
17. Serta pihak-pihak lain yang tidak bisa saya ucapkan satu per satu, terima kasih telah membantu dan mendoakan sehingga skripsi dapat diselesaikan dengan baik.

Semoga Allah SWT melimpahkan berkah dan Rahmat-Nya bagi kalian semua yang telah berbuat baik kepada saya. Dalam hal ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga kritik dan saran masih sangat diperlukan untuk kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap karya ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamualaikum Wr.Wb.



Yogyakarta, 01 April 2019

(Agus Ilham Akbar Syani)

NIM: 14311700

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
 BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	
2.1 Kajian Pustaka	9
2.2 Landasa Teori.....	11

2.2.1	Aktivitas Inovasi	11
2.2.2	Kinerja Inovatif	14
2.2.3	Kinerja Perusahaan.....	15
2.3	Perumusan Hipotesis	17
2.3.1	Aktivitas Inovasi dan Kinerja Inovatif	17
2.3.2	Kinerja Inovatif dan Kinerja Produksi	18
2.3.3	Kinerja Inovatif dan Kinerja Pasar	18
2.3.4	Kinerja Inovatif dan Kinerja Keuangan	19

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi Penelitian	21
3.2	Variabel Penelitian.....	21
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	22
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	27
3.4.1	Jenis Data yang Diperlukan.....	27
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian.....	29
3.5.1	Populasi	29
3.5.2	Sampel.....	29
3.6	Uji Kelayakan Instrumen	30
3.6.1	Uji Validitas	30
3.6.2	Uji Realibilitas.....	31
3.7	Teknik Analisis Data	31
3.7.1	Analisis Deskriptif	31
3.7.2	Analisis Data Structural Equation Modelling (SEM)	32
3.7.3	Uji Hipotesis.....	37

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1	Analisis Deskriptif.....	39
4.2	Deskripsi Responden Penelitian	39
4.2.1	Karakteristik Responden berdasarkan Umur Perusahaan	39
4.2.2	Analisis Deskriptif Berdasarkan Modal Kerja.....	40

4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan tenaga Kerja.....	41
4.3	Analisis Deskriptif Jawaban Responden	42
4.3.1	Variabel Inovasi Produk.....	42
4.3.2	Variabel Inovasi Proses	44
4.3.3	Variabel Inovasi Pemasaran	46
4.3.4	Variabel Inovasi organisasi	47
4.3.5	Variabel Kinerja Inovatif	49
4.3.6	Variabel Kinerja Produksi.....	50
4.3.7	Variabel Kinerja Pasar	51
4.3.8	Variabel Kinerja Keuangan.....	52
4.4	Uji Kelayakan Instrumen.....	53
4.4.1	Uji Validitas	53
4.4.2	Uji Realibilitas	55
4.5	Analisis Structural Equation Model (SEM)	58
4.6	Hasil Pengujian Hipotesis.....	67
4.7	Pembahasan	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	KESIMPULAN.....	74
5.2	SARAN	75
DAFTAR PUSTAKA		77

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Goodness Of Fit Index</i>	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Perusahaan	40
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Modal Kerja	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Tenaga Kerja	41
Tabel 4.4 Hasil Penilaian Responden Terhadap Inovasi Produk	43
Tabel 4.5 Hasil Penilaian Responden Terhadap Inovasi Proses	44
Tabel 4.6 Hasil Penilaian Responden Terhadap Inovasi Pemasaran	46
Tabel 4.7 Hasil Penilaian Responden Terhadap Inovasi Organisasi.....	47
Tabel 4.8 Hasil Penilaian Responden Terhadap Kinerja Inovatif.....	49
Tabel 4.9 Hasil Penilaian Responden Terhadap Kinerja Produksi	50
Tabel 4.10 Hasil Penilaian Responden Terhadap Kinerja Pasar.....	51
Tabel 4.11 Hasil Penilaian Responden Terhadap Kinerja Keuangan ...	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas CFA.....	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Bootstrap.....	63
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Outliers</i>	65
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Goodness Of Fit Index</i>	66
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis	68

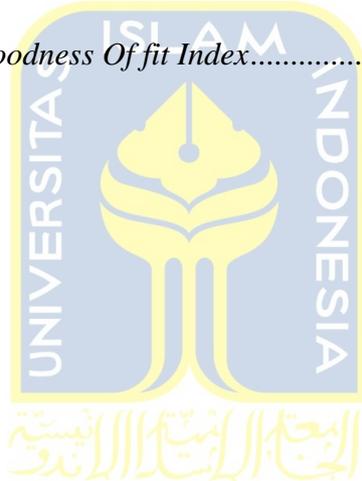
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 4.1 Diagram Jalur.....	59
Gambar 4.2 Persamaan Struktural.....	60
Gambar 4.3 <i>Outliers</i>	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	80
Lampiran 2 Karakteristik Responden	85
Lampiran 3 Analisis Deskriptif	87
Lampiran 4 Uji Kelayakan Instrumen	90
Lampiran 5 Uji Normalitas	93
Lampiran 6 Uji <i>Bootstrap</i>	94
Lampiran 7 Uji <i>Outliers</i>	95
Lampiran 8 Uji <i>Goodness Of fit Index</i>	98



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman milenium yang tengah berlangsung saat ini telah membawa perubahan besar dalam lingkungan bisnis dan juga persaingan antar pelaku usaha yang semakin ketat. Munculnya persaingan yang ketat ini membuat para pelaku usaha untuk melakukan aktivitas inovasi dalam menanggapi permintaan konsumen yang semakin beragam seperti produk yang memiliki kualitas lebih baik, sehingga setiap perusahaan harus memberikan standar keunggulan yang baik pula bagi setiap produknya. Persaingan global dan peningkatan produktivitas menjadi isu penting apabila ingin mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Salah satu perubahan yang dihadapi oleh pelaku usaha yaitu adanya perubahan teknologi karena dapat menentukan daya saing bagi setiap pelaku usaha. Perubahan teknologi memiliki peran penting dalam mendorong perubahan struktur industri serta mendorong terciptanya industri baru. Kemajuan teknologi membuat para pelaku usaha untuk berpikir agar dapat mengembangkan produk yang dihasilkan karena dengan kecanggihan teknologi akan meningkatkan tuntutan konsumen terhadap kemanfaatan suatu produk.

Dengan kemajuan teknologi yang tengah berlangsung saat ini

membawa pengaruh pada perubahan strategi dan ataupun tujuan bisnis yang dilakukan oleh pelaku usaha. Kelambanan dalam mengantisipasi laju teknologi akan berdampak pada ketertinggalan perusahaan dalam berinovasi dan tidak kompetitif. Untuk menghadapi kondisi tersebut pelaku usaha perlu menerapkan strategi yang lebih tepat agar menghasilkan suatu produk yang memiliki nilai unggul. Lingkungan yang berubah dengan cepat menuntut setiap pelaku usaha untuk senantiasa beradaptasi dengan pola perubahan yang terjadi agar tetap kompetitif. Kecepatan pertumbuhan inovasi dalam perusahaan menjadi suatu hal yang wajib diperlukan. Inovasi dipandang penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan (Gunday *et al*, 2011). Sehingga perusahaan dituntut untuk mampu menemukan strategi yang tepat untuk diterapkan dalam menghadapi persaingan dan keinginan pasar yang dinamis.

Persaingan yang semakin ketat dalam kemajuan teknologi menyebabkan suatu produk akan tumbuh dan berkembang sampai pada suatu titik, dimana produk akan sulit membedakan antara produk satu dengan yang lainnya. Sehubungan dengan hal tersebut permasalahan ini juga dapat muncul pada usaha kecil menengah atau biasa disebut UKM (Usaha Kecil Menengah). Hal ini disebabkan karena masih belum efektifnya strategi yang diterapkan. UKM yang juga termasuk sebagai bagian dari perekonomian nasional harus memilih strategi yang tepat agar lebih kompetitif. Keunggulan bersaing berbasis pada aktivitas inovasi dan kinerja harus lebih diutamakan karena mempunyai daya tahan dan jangka waktu lebih panjang.

Schumpeter (dalam Lee *et al*, 2016) mengungkapkan bahwa Inovasi telah lama diakui sebagai salah satu kekuatan pendorong penting dalam meningkatkan kesejahteraan sosial, serta menjadi penting untuk kelangsungan hidup jangka panjang dan pertumbuhan perusahaan. Jimenez *et al* (2011) inovasi disebut juga sebagai salah satu alat atau modal utama suatu perusahaan untuk bisa bertahan lebih lama dalam dunia usaha. aktivitas inovasi merupakan komponen yang tak terpisahkan dari strategi perusahaan karena beberapa alasan seperti menerapkan proses manufaktur yang lebih produktif, selain itu untuk melakukan lebih baik di pasar, dan juga untuk mencari reputasi positif dalam persepsi pelanggan dan sebagai hasilnya untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Bagi pelaku usaha inovasi merupakan sebuah orientasi strategis untuk mengatasi masalah yang mereka hadapi dengan berjuang untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Schumpeter (dalam Lee *et al*, 2016) memperkenalkan inovasi secara terpusat dalam teori pembangunan dan menekankan pentingnya inovasi untuk berkompetisi dan juga berpendapat bahwa perusahaan wirausaha mendapatkan sewa melalui tindakan inovatif, dan kegiatan inovasi berkelanjutan membantu perusahaan memperoleh kesuksesan jangka panjang.

Gunday *et al* (2011) menyatakan bahwa kinerja inovatif adalah kombinasi dari pencapaian perusahaan secara keseluruhan sebagai hasil dari upaya pembaharuan dan peningkatan yang dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai aspek inovasi perusahaan, yaitu proses, produk,

struktur organisasi, dan lain-lain. Oleh karena itu kinerja inovatif adalah konstruksi gabungan berdasarkan pada berbagai indikator kinerja yang berkaitan, misalnya, dengan paten baru, pengumuman produk baru, proyek baru, proses baru dan pengaturan organisasi baru. (Hagedoorn *et al* 2003). Ada tujuh dimensi kinerja inovatif, yaitu : kemampuan untuk memperkenalkan produk dan layanan baru ke pasar sebelum pesaing, persentase produk baru dalam portofolio produk yang ada, jumlah proyek produk dan layanan baru, inovasi diperkenalkan untuk proses dan metode kerja, kualitas produk dan layanan baru diperkenalkan, jumlah inovasi di bawah perlindungan kekayaan intelektual, memperbarui sistem administrasi dan pola pikir yang sejalan dengan lingkungan perusahaan. (Gunday *et al* 2011)

Menurut Murphy (dalam Atalay *et al*, 2013) Kinerja perusahaan yang terdiri dari kinerja produksi sebagai proses memperkenalkan teknologi baru yang dapat di jadikan sebagai alat untuk memperoleh keuntungan bagi perusahaan. Jenis inovasi ini mencerminkan perubahan dalam produk yang ditawarkan perusahaan di pasar. Kemudian kinerja pasar juga didefinisikan sebagai usaha pengukuran tingkat kinerja yang meliputi omzet penjualan, jumlah pelanggan, keuntungan, dan pertumbuhan penjualan. Dapat dikatakan kondisi kinerja pasar dikatakan baik jika terjadi peningkatan volume penjualan dari tahun sebelumnya, terjadi tingkat pertumbuhan pelanggan yang lebih tinggi dari pesaing, serta memiliki porsi pasar yang lebih luas. Selain itu kinerja keuangan berada di pusat wilayah efektifitas

keorganisasian, ukuran kinerja ini dinilai sangat penting, namun tidak cukup untuk mendefinisikan efektifitas secara keseluruhan. Indikator yang terdapat dalam kinerja perusahaan terdiri dari: a. Hasil-hasil fungsi pekerjaan; b. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap prestasi karyawan/pegawai seperti: motivasi, kecakapan, persepsi peranan, dan sebagainya; c. Pencapaian tujuan organisasi; dan d. Periode waktu tertentu.

Penelitian yang dilakukan oleh Jimenez *et al* (2011) menemukan bahwa Kemampuan Inovasi mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kinerja Bisnis, dengan kemampuan inovasi yang ada maka perusahaan bisa dengan mudah mendapatkan keunggulan bersaing serta bisa membantu mereka dalam memenangkan persaingan bisnis dan meningkatkan kinerja bisnis perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penelitian yang akan digunakan oleh penulis dalam membuat penelitian ini adalah skripsi modifikasi yang menggunakan *Struktural Equation Modeling* (SEM) dimana acuan utamanya berasal dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Tuan Nham *et al* (2016) dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Usaha kreatif UKM terbukti dapat dijadikan sebagai andalan pembangunan ekonomi di Indonesia untuk masa sekarang dan yang akan datang, akan tetapi tetap harus didukung dengan kebijakan-kebijakan yang kondusif seperti penerapan aktivitas inovasi yang dapat berpengaruh terhadap kinerja inovatif, dan juga kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Maka penelitian ini bermaksud untuk menguji kembali dengan alat analisis yang berbeda dengan

jurnal acuan utama mengenai apakah hasilnya akan sama atau sebaliknya. Oleh karena itu penulis termotivasi untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Aktivitas Inovasi Terhadap Kinerja Inovatif dan Kinerja Perusahaan pada UKM kerajinan Batik di Yogyakarta”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, yaitu mengenai pentingnya inovasi terhadap kinerja perusahaan, maka penulis mencoba mengangkat permasalahan sebagai berikut:

- a. Apakah aktivitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovatif pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta?
- b. Apakah kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja produksi pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta?
- c. Apakah kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja pasar pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta?
- d. Apakah kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan yang telah diungkapkan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Menganalisa pengaruh aktivitas inovasi terhadap kinerja inovatif pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.
- b. Menganalisa pengaruh kinerja inovatif terhadap kinerja produksi pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.
- c. Menganalisa pengaruh kinerja inovatif terhadap kinerja pasar pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.
- d. Menganalisa pengaruh kinerja inovatif terhadap kinerja keuangan pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian skripsi ini diantaranya:

- a. Bagi penulis

Hasil penelitian ini dijadikan sebagai sarana untuk menambah ilmu pengetahuan, memberi wawasan serta mampu menerapkan teori yang diperoleh selama duduk dibangku perkuliahan dalam melakukan praktik nyata.

- b. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini dapat memberikan suatu pengertian yang luas tentang aktivitas inovasi dan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk

penelitian selanjutnya tentang pengaruh inovasi terhadap kinerja inovatif dan kinerja perusahaan di Yogyakarta.

c. Bagi pihak lain

Sebagai sumber informasi dan referensi yang bermanfaat bagi para peneliti selanjutnya dalam bidang manajemen operasional perusahaan.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

Beberapa penelitian dalam topik inovasi dan kinerja perusahaan telah dilakukan sebelumnya. Sedangkan peneliti melakukan penelitian ini dengan tujuan menganalisis pengaruh aktivitas inovasi, kinerja inovatif dan kinerja perusahaan pada UKM kerajinan batik di Yogyakarta. Penelitian-penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya memfokuskan pada inovasi maupun kinerja perusahaan yang digunakan sebagai dasar dalam pengembangan hipotesis penelitian ini adalah:

- a. Ana *et al* (2019) dengan judul *Complementarity Between Innovation Activities and Innovation Performance Evidence from Spanish Innovative Firms*. Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan bahwa aktivitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovatif. Hasil analisis ini membuktikan bahwa aktivitas inovasi memiliki signifikan dan dampak positif pada kinerja inovatif.
- b. Atalay Murat *et al* (2013) dengan judul *The relationship between innovation and firm performance: An empirical evidence from Turkish automotive supplier industry*. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara inovasi dan kinerja perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa inovasi teknologi (produk dan inovasi proses) memiliki signifikan dan dampak positif pada kinerja perusahaan, tetapi tidak ada bukti yang ditemukan untuk hubungan yang signifikan dan positif antara nonteknologi inovasi (inovasi organisasi dan inovasi pemasaran) dengan kinerja perusahaan.

- c. Lee Tong-Keun *et al* (2016) dengan judul *Marketing Innovation Influences on Market and Customer Related Performances: Evidences of Korean Manufacturing Companies*. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja pasar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja inovatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja pasar.
- d. Salindal *et al* (2018) dengan judul *A Structural Equation Model Of The Halal Certification and its Business Performance Impact On food Companies*. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja inovatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
- e. Squires Graham *et al* (2016) dengan judul *Innovative real estate development finance – evidence from Europe*. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan memperkuat bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja inovatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.
- d. Gunday *et al* (2011) dengan judul *Effects of innovation types on firm performance*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan efek dari organisasi, proses, produk dan inovasi pemasaran pada berbagai aspek perusahaan kinerja, termasuk kinerja inovatif, produksi, pasar dan keuangan. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja produksi.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Inovasi

2.2.1.1 Definisi Inovasi

Menurut Therrien *et al.* (dalam Atalay *et al.*, 2013) inovasi adalah proses kompleks yang terkait dengan perubahan fungsi dan proses produksi di mana perusahaan berusaha untuk memperoleh dan membangun kompetensi teknologi mereka yang berbeda, dipahami sebagai serangkaian sumber daya yang dimiliki perusahaan dan cara transformasi oleh kemampuan inovatif. Jimenez (dalam Tuan Nham *et al.*, 2016) mengatakan sebuah organisasi yang ingin bertahan di lingkungan yang semakin menantang ini, harus selalu mengembangkan kemampuan berinovasi. Inovasi dilakukan dengan menciptakan ide-ide baru dan melakukan tindakan atas ide-ide baru tersebut.

Menurut Vyas (dalam Tuan Nham *et al.*, 2016) ada lima manifestasi definisi dari inovasi, yaitu:

- a. Penciptaan produk baru atau peningkatan kualitatif dalam produk yang ada.
- b. Penggunaan proses industri baru.
- c. Bukaan pasar baru.
- d. Pengembangan sumber bahan baku baru atau input baru lainnya.

- e. Bentuk-bentuk baru organisasi industri.

2.2.1.2 Aktivitas Inovasi dan Dimensi Inovasi

Menurut Schotchmer (dalam Yoo-Jin Han *et al* 2017) aktivitas inovasi didefinisikan sebagai mekanisme untuk diversifikasi ide-ide ilmiah dan hasil ke dalam hasil komersial, produk, dan kinerja. Pada akhirnya, kegiatan ini secara positif mempengaruhi penciptaan nilai perusahaan, khususnya dalam aspek-aspek seperti pengurangan biaya, berbagi teknologi terbaru dan implementasi proses yang efisien (Cainelli, Evangelista & Savona, 2004, 2006). Selain itu, kegiatan inovasi dianggap sebagai kekuatan pendorong bagi kinerja ekonomi dan penciptaan lapangan kerja (Kwon *et al.*, 2015; Rosenberg, 2004).



OECD Oslo Manual (dalam Gunday *et al*, 2011) menggunakan empat dimensi inovasi yaitu:

a. Produk

Inovasi produk adalah pengenalan barang atau jasa yang benar-benar baru atau peningkatan dari yang sudah ada secara signifikan berkaitan dengan karakteristik fungsional atau penggunaannya, peningkatan dalam hal spesifikasi teknik, komponen dan bahan, keramahan dalam penggunaan atau

karakteristik fungsional lainnya (OECD Oslo Manual, 2005). Inovasi produk merupakan salah satu faktor kunci terhadap keberhasilan organisasi dan merupakan strategi yang penting bagi peningkatan market share dan kinerja bisnis (Hassan *et al.* (2013).

b. Proses

Inovasi proses adalah implementasi produksi atau metode pengiriman yang benar-benar baru atau peningkatan secara signifikan. Perubahan signifikan dalam hal teknik, peralatan dan/atau perangkat lunak. Metode Pengiriman dalam hal logistik perusahaan dan mencakup peralatan, perangkat lunak dan teknik untuk sumber input, mengalokasikan pasokan dalam perusahaan, atau pengiriman produk akhir (OECD Oslo Manual, 2005). Inovasi proses berguna untuk mengurangi biaya produksi dan juga untuk memuaskan para pelanggannya (Hassan *et al.* (2013).

c. Pemasaran

Inovasi pemasaran adalah implementasi suatu metoda pasar baru dalam hal pengepakan, desain, penempatan dan promosi produk serta penetapan harga. Dalam hal desain produk, yang berubah dalam hal bentuk dan penampilan bukan merubah fungsi dan karakteristiknya. Sasaran dari inovasi ini adalah meningkatkan penjualan, market share dan membuka pasar baru (OECD Oslo Manual, 2005).

d. Organisasi

Inovasi Organisasi merupakan implementasi metode organisasional baru dalam praktek bisnis perusahaan, organisasi tempat bekerja atau hubungan eksternal. Inovasi organisasi dapat meningkatkan kinerja perusahaan melalui mengurangi biaya administrasi atau biaya transaksi, meningkatkan kepuasan kerja, reduksi biaya pasokan (OECD Oslo Manual, 2005).

2.2.2 Kinerja Inovatif

2.2.2.1 Definisi dan Dimensi Kinerja Inovatif

Menurut Gunday *et al* (2011) kinerja inovatif adalah kombinasi dari pencapaian perusahaan secara keseluruhan sebagai hasil dari upaya pembaharuan dan peningkatan yang dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai aspek inovasi perusahaan, yaitu proses, produk, struktur organisasi, dan lain-lain. Oleh karena itu kinerja inovatif adalah konstruksi gabungan (Hagedoorn dan Cloodt, 2003) berdasarkan pada berbagai indikator kinerja yang berkaitan, misalnya, dengan paten baru, pengumuman produk baru, proyek baru, proses baru dan pengaturan organisasi baru.

Menurut Gunday *et al* (2011) menggunakan tujuh dimensi kinerja inovatif, yaitu : kemampuan untuk memperkenalkan produk dan layanan baru ke pasar sebelum pesaing, persentase produk baru dalam portofolio produk yang ada, jumlah proyek produk dan layanan

baru, inovasi diperkenalkan untuk proses dan metode kerja, kualitas produk dan layanan baru diperkenalkan, jumlah inovasi di bawah perlindungan kekayaan intelektual, memperbarui sistem administrasi dan pola pikir yang sejalan dengan lingkungan perusahaan.

2.2.3 Kinerja Perusahaan

2.2.3.1 Definisi dan Dimensi Kinerja Perusahaan

Murphy Trailer dan Hill (dalam Atalay *et al*, 2013) menyatakan bahwa kinerja perusahaan adalah konsep multidimensional. Dalam hal ini, kinerja inovatif terdiri dari kinerja keuangan, kinerja bisnis, dan kinerja keorganisasian. Kinerja keuangan berada di pusat wilayah efektifitas keorganisasian. Ukuran kinerja ini dinilai sangat penting, tetapi tidak cukup untuk mendefinisikan efektifitas keseluruhan. Standar berbasis akuntansi seperti penerimaan atas aset (*return on asset*), penerimaan atas penjualan (*return on sales*), dan *return on equity* mengukur keberhasilan keuangan. Indikator-indikator tersebut menggambarkan profitabilitas saat ini. Ukuran kinerja bisnis berkaitan dengan pasar seperti pasar pangsa pasar, pertumbuhan, diversifikasi, dan pengembangan produk. Terdapat dua dimensi dalam kinerja ini, yaitu (i) indikator yang berkaitan dengan pertumbuhan dalam bisnis yang ada dan (ii) indikator yang berkaitan dengan posisi perusahaan di masa datang (pengembangan produk baru dan diversifikasi).

Menurut Gunday *et al* (2011) kinerja perusahaan menggunakan tiga dimensi, yaitu :

a. Kinerja Produksi

Kinerja produksi adalah melakukan pengembangan metode proses produksi, penambahan proses layanan baru, perbaikan proses produksi, fasilitas yang memadai, pengembangan kualitas dan proses bisnis. Indikator kinerja produksi yaitu : Kualitas kesesuaian, biaya produksi, fleksibilitas produksi (volume), kecepatan produksi dan pengiriman.

b. Kinerja Pasar

Kinerja pasar didefinisikan sebagai usaha pengukuran tingkat kinerja yang meliputi omzet penjualan, jumlah pelanggan, keuntungan, dan pertumbuhan penjualan. Indikator kinerja pasar yaitu : kepuasan pelanggan, total penjualan, pangsa pasar.

c. Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah suatu konsekuensi dari suatu keputusan ekonomi yang diambil dari suatu tindakan ekonomi. Kinerja keuangan mengacu pada konsep *Balanced Scorecard*. Indikator kinerja keuangan yaitu : pengembalian penjualan (laba / total

penjualan), pengembalian aset (laba / total aset), profitabilitas umum perusahaan, arus kas tidak termasuk investasi.

2.3 Perumusan Hipotesis

2.3.1 Aktivitas Inovasi dan Kinerja Inovatif

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Ana *et al* (2019) membuktikan bahwa aktivitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovatif, dan hasil penelitian Gunday *et al* (2011) juga menjelaskan bahwa aktivitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovatif. Selain itu penelitian dari Tuan Nham *et al* (2016) juga membuktikan bahwa aktivitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovatif. Maka berdasarkan uraian tersebut, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Aktivitas Inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovatif pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.

2.3.2 Kinerja Inovatif dan Kinerja Produksi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gunday *et al* (2011) membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja produksi, dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tuan Nham *et al* (2016) membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja produksi. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis sebagai berikut :

H2: Kinerja Inovatif berpengaruh terhadap kinerja produksi pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.

2.3.3 Kinerja Inovatif dan Kinerja Pasar

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lee Tong-Keun *et al* (2016) membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja pasar, dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tuan Nham *et al* (2016) membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja pasar. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis sebagai berikut :

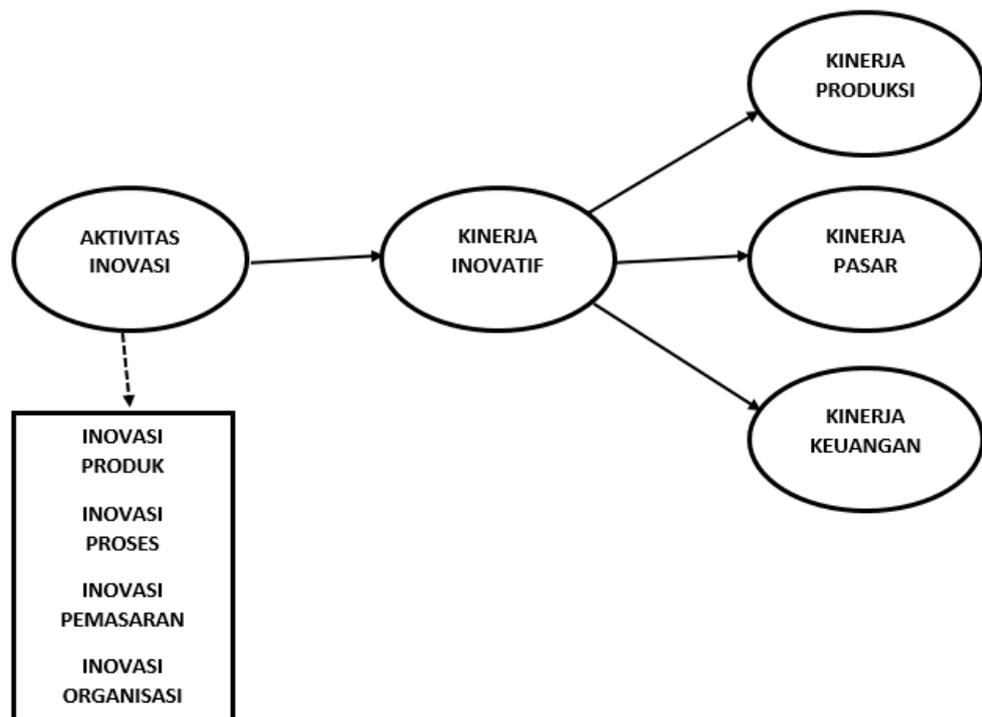
H3: Kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja pasar pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.

2.3.4 Kinerja Inovatif dan Kinerja Keuangan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Salindal *et al* (2018) membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan., dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Squires Graham *et al* (2016) membuktikan dan memperkuat bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Selain itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Tuan Nham *et al* (2016) menunjukkan bahwa kinerja inovatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis sebagai berikut:

H4: Kinerja Inovatif berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil rumusan hipotesis diatas, maka model penelitian penulis dapat dirumuskan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran. Sumber: Tuan Nham *et al* (2016)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada UKM kerajinan batik yang berlokasi di Kota Yogyakarta, Daerah Yogyakarta Istimewa pada bulan Desember 2018.

3.2 Variabel Penelitian

Menurut Arikunto (2009), variabel penelitian adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi 2 yaitu variabel bebas dan variabel terikat:

1) Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang dimanipulasi secara sistematis. Dalam penelitian ini variabel bebas atau independennya adalah aktivitas inovasi (X1).

2) Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang diukur sebagai akibat adanya manipulasi pada variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat atau dependennya adalah kinerja inovatif (Y1) dan kinerja perusahaan (Y2).

3.3 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2015), definisi operasional adalah penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstrak, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstrak yang lebih baik.

3.3.1 Aktivitas Inovasi

Menurut Gunday *et al* (2011) Aktivitas inovasi adalah adanya penciptaan ide inovatif pada produk, modifikasi produk-produk, dan menyediakan produk yang relatif baru di pasar.

Indikator aktivitas inovasi yaitu:

1) Inovasi produk

- a. Meningkatkan kualitas bahan baku dan bahan dari produk saat ini.

- b. Mengurangi ketidakcocokan biaya produksi dan bahan dari produk saat ini.
- c. Mengembangkan kebaruan untuk produk saat ini yang mengarah pada peningkatan kemudahan penggunaan bagi pelanggan dan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
- d. Mengembangkan produk baru dengan spesifikasi teknis dan fungsi yang sangat berbeda dari yang sekarang.
- e. Mengembangkan produk baru dengan komponen dan bahan yang sama sekali berbeda dari yang sekarang.

2) Inovasi Proses

- a. Menentukan dan menghilangkan kegiatan yang tidak menambah nilai dalam proses produksi.
- b. Mengurangi komponen biaya variabel dalam proses pembuatan, teknik, permesinan, dan perangkat lunak.
- c. Meningkatkan kualitas output dalam proses pembuatan, teknik, permesinan, dan perangkat lunak.
- d. Menentukan dan menghilangkan kegiatan yang tidak menambah nilai dalam proses terkait pengiriman.
- e. Mengurangi biaya variabel dan / atau meningkatkan kecepatan pengiriman dalam proses logistik terkait pengiriman.

3) Inovasi pemasaran

- a. Memperbarui desain produk saat ini dan / atau baru melalui perubahan seperti dalam penampilan, pengemasan, bentuk dan volume tanpa mengubah fitur teknis dan fungsional dasar mereka.
- b. Memperbarui saluran distribusi tanpa mengubah proses logistik yang terkait dengan pengiriman produk.
- c. Memperbarui teknik promosi produk yang digunakan untuk mempromosikan produk saat ini dan / atau baru.
- d. Memperbarui teknik penetapan harga produk yang digunakan untuk menentukan harga produk saat ini dan / atau yang baru.
- e. Memperbarui aktivitas manajemen pasar umum.

4) Inovasi organisasi

- a. Memperbarui rutinitas, prosedur, dan proses yang digunakan untuk menjalankan aktivitas perusahaan dengan cara yang inovatif.
- b. Memperbarui sistem manajemen rantai pasokan.
- c. Memperbarui sistem manajemen produksi dan kualitas.
- d. Memperbarui sistem manajemen sumber daya manusia.
- e. Memperbarui sistem informasi manajemen perusahaan dan praktik berbagi informasi.
- f. Memperbarui struktur organisasi untuk memfasilitasi kerja tim.

- g. Memperbarui struktur organisasi untuk memfasilitasi koordinasi antara berbagai fungsi seperti pasar dan manufaktur.
- h. Memperbarui struktur organisasi untuk memfasilitasi organisasi tipe proyek.
- i. Memperbarui struktur organisasi untuk memfasilitasi kemitraan strategis dan kolaborasi bisnis jangka Panjang.

3.3.2 Kinerja Inovatif

Menurut Gunday *et al* (2011) kinerja inovatif adalah keunggulan kompetitif yang di dapat dari ide-ide kreatif untuk menghasilkan kualitas, efisiensi, kecepatan dan fleksibilitas yang berguna dalam perusahaan.

Indikator kinerja inovatif yaitu:

- a. Kemampuan untuk memperkenalkan produk dan layanan baru ke pasar sebelum pesaing.
- b. Persentase produk baru dalam portofolio produk yang ada.
- c. Jumlah proyek produk dan layanan baru.
- d. Inovasi diperkenalkan untuk proses dan metode kerja.
- e. Kualitas produk dan layanan baru diperkenalkan.
- f. Jumlah inovasi di bawah perlindungan kekayaan intelektual.

- g. Memperbarui sistem administrasi dan pola pikir yang sejalan dengan lingkungan perusahaan.

3.3.3 Kinerja Produksi

Menurut Gunday *et al* (2011) kinerja produksi adalah melakukan pengembangan metode proses produksi, penambahan proses layanan baru, perbaikan proses produksi, fasilitas yang memadai, pengembangan kualitas dan proses bisnis.

Indikator kinerja produksi yaitu :

- a. Kualitas kesesuaian.
- b. Biaya produksi.
- c. Fleksibilitas produksi (volume).
- d. Kecepatan produksi dan pengiriman.



3.3.4 Kinerja Pasar

Menurut Gunday *et al* (2011) kinerja pasar didefinisikan sebagai usaha pengukuran tingkat kinerja yang meliputi omzet penjualan, jumlah pelanggan, keuntungan, dan pertumbuhan penjualan.

Indikator kinerja pasar yaitu :

- a. Kepuasan pelanggan.
- b. Total penjualan.

- c. pangsa pasar.

3.3.5 Kinerja Keuangan

Menurut Gunday *et al* (2011) kinerja keuangan adalah suatu konsekuensi dari suatu keputusan ekonomi yang diambil dari suatu tindakan ekonomi. Kinerja keuangan mengacu pada konsep *Balanced Scorecard*.

Indikator kinerja keuangan yaitu :

- a. Pengembalian penjualan (laba / total penjualan).
- b. Pengembalian aset (laba / total aset).
- c. Profitabilitas umum perusahaan.
- d. Arus kas tidak termasuk investasi.

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis data yang diperlukan

3.4.1.1 Data Primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2015) yang menyatakan bahwa : “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data primer diperoleh dari hasil kuesioner yang akan diberikan kepada UKM kerajinan batik yang ada di Yogyakarta.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

3.4.2.1 Kuisisioner

Berdasarkan teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiono (2014), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan-pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Skala Likert yang dikembangkan oleh Rensis Likert. Menurut Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa: “Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.” Dari setiap jawaban akan diberi skor, dimana hasil skor akan menghasilkan skala pengukuran ordinal. Skala Likert umumnya menggunakan skor 5 angka dalam penelitian, yaitu:

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

Urutan setuju atau tidak setuju dapat dibalik mulai dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju.

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

3.5.1 Populasi

Populasi menurut Arikunto (2009), adalah keseluruhan subjek penelitian. Jadi populasi adalah jumlah keseluruhan populasi yang merupakan hasil pengukuran atau perhitungan secara kualitatif maupun kuantitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya. Dalam penelitian ini sasaran populasinya adalah UKM kerajinan batik yang ada di Kota Yogyakarta.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau representasi dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2010). Dapat disimpulkan adalah sebagian dari populasi yang dianggap mewakili populasi karena memiliki karakteristik atau ciri yang sama. Mengingat populasinya besar dan keterbatasan waktu dan biaya penelitian, maka sampel perlu dibatasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non random sampling*, yaitu mengambil sampel dengan

cara menentukan kriteria dari populasi yang telah ditentukan. Pada penelitian kali ini menggunakan teknik purposive sampling yang mana teknik ini digunakan untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif.

Sampel penelitian ini akan mengacu pada kriteria yang diusulkan oleh Hair *et al* (2010) jumlah sampel bila terlalu besar akan menyulitkan untuk mendapat model yang cocok dan begitu juga sebaliknya, ukuran sample yang disarankan 100 hingga 200 responden agar dapat menggunakan estimasi interpretasi dengan *Structural Equation Model* (SEM).

3.6 Uji Kelayakan Instrumen

Uji kelayakan instrumen digunakan untuk mengathui apakah kuesioner dalam penelitian ini valid dan reliabel. Adapaun untuk mengukur uji kelaykninstrumen ini digunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas menunjukan sejauh mana suatu alat pengukur (indikator) dapat mengukur apa yang ingin diukur (variabel) (Zikmund, 2003). Peneliti dianjurkan untuk melakukan uji validitas atau unidimensionalitas terhadap semua indikator konstruk yang masuk dalam model penelitian sebelum menilai reliabilitasnya.

Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Dengan kriteria $C.R. \geq 1,96$ dan $P \leq 0,05$ maka indikator tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2011). Sebuah indikator menunjukkan validitas konvergen yang signifikan apabila koefisien variabel indikator itu lebih besar dari dua kali *standard error*-nya atau memiliki *critical ratio* yang lebih besar dari dua kali *standard error*-nya (Ferdinand, 2014).

3.6.2 Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah konstruk yang menunjukkan derajat kemampuan masing-masing indikator mengindikasikan sebuah *construct* yang umum atau secara sederhana dapat dikatakan sebagai tingkat konsistensi dan stabilitas dari sebuah alat ukur (Ferdinand, 2014). Dalam SEM ada beberapa uji statistik untuk menguji reliabilitas konstruk yaitu *construct reliability* dan *variance extracted*. Pada penelitian ini reliabilitas konstruk diuji menggunakan pendekatan *construct reliability* dan AVE dengan menghitung indeks reliabilitas instrumen yang digunakan dari model SEM yang dianalisis. Menurut Ghozali (2016) menjelaskan bahwa indikator dari variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai $AVE \geq 0,5$ dan $CR \geq 0,6$.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Teknik analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sugiyono, 2015). Analisis ini bersifat uraian yang menjelaskan tentang identitas dari responden.

3.7.2 Analisis Data SEM

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model kausalitas atau hubungan pengaruh. Untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini maka teknik analisis yang digunakan adalah SEM atau *Structural Equation Modeling* yang dioperasikan melalui program AMOS 24.0. Permodelan penelitian melalui SEM memungkinkan seorang peneliti dapat menjawab pertanyaan penelitian yang bersifat dimensional (yaitu mengukur apa indikator dari sebuah konsep) dan regresif (mengukur pengaruh atau derajat hubungan antara faktor yang telah diidentifikasi dimensinya).

Adapun langkah-langkah pengujian asumsi analisis SEM yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Ukuran Sampel

Ukuran sampel memberikan dasar untuk mengestimasi sampling error. Model estimasi menggunakan *maximum Likelihood* minimal diperlukan 100 dan direkomendasikan ukuran sampel antara 100-200 dapat memberikan hasil yang stabil (Ghozali, 2016).

2. Uji Normalitas Data

Evaluasi normalitas dilakukan dengan menggunakan kriteria critical ratio skewness sebesar $\pm 2,58$ pada tingkat signifikansi 0,01. Data dapat disimpulkan mempunyai distribusi normal jika critical ratio skewness dibawah harga mutlak 2,58 (Ghozali, 2016).

3. Evaluasi *Outliers*

Outliers adalah kondisi observasi dari suatu data yang memiliki karakteristik untuk yang terlihat sangat berbeda dari observasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim, baik untuk variabel tunggal ataupun variabel kombinasi (Ghozali, 2016). Deteksi terhadap outlier dengan melihat nilai mahalanobis distance dibandingkan dengan kriteria nilai chi-square pada degree of freedom (sesuai jumlah indikator) dan $\alpha = 0,001$. (Ghozali, 2016).

Hair *et. al* (2010) menjelaskan Tujuh langkah proses analisis data dengan SEM secara lengkap sebagai berikut:

1. Mengembangkan Suatu Model Berbasis Teoritis

Langkah pertama dalam SEM adalah melakukan identifikasi secara teoretis terhadap permasalahan penelitian. Topik penelitian ditelaah secara mendalam dan hubungan antara variabel-variabel yang akan dihipotesiskan harus didukung oleh justifikasi teori yang kuat. Hal ini dikarenakan SEM adalah untuk mengkonfirmasi apakah data

observasi sesuai dengan teori atau tidak. Jadi SEM tidak dapat digunakan untuk menguji hipotesis kausalitas imajiner.

2. Membangun Suatu Diagram Jalur

Model yang telah dibangun tersebut kemudian digambarkan dalam bentuk diagram jalur (*path diagram*). Pada tahap ini penelitian mendefinisikan dan menetapkan konstruk *eksogeneous* dan *endogeneous* kemudian menghubungkannya dalam bentuk jalur diagram. Dengan diagram jalur ini akan jelas diketahui bagai mana yang harus dilakukan *conformatorytest* yaitu menguji apakah indikator dapat menjelaskan variabel laten dan bagian mana yang harus dilakukan uji hipotesis yaitu menguji pengaruh semua variabel eksogen terhadap variabel endogen baik secara langsung maupun tidak langsung, serta menguji pengaruh endogen terhadap variabel endogen lainnya.

3. Mengkonversi Diagram Alur dalam Bentuk Persamaan

Pada tahap ini peneliti menjabarkan diagram alur model penelitian dalam bentuk persamaan struktural (*structural equation*) dan persamaan spesifikasi model pengukuran (*measurement model*).

4. Memilih Matriks Input dan Estimasi Model

Karena dalam penelitian ini yang diuji adalah kausalitas, maka input yang digunakan adalah kovarians. Langkah-langkah penggunaan input dalam SEM adalah sebagai berikut:

Estimasi model pengukuran (*confirmatory factor*), model pengukuran ini adalah untuk menguji apakah indikator-indikator secara signifikan dapat mengukur variabel laten dalam model.

Estimasi analisis jalur, pada tahap ini menguji pengaruh baik langsung maupun tidak langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen dan pengaruh variabel endogen dengan variabel endogen lainnya.

5. Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi

Tahap ini adalah menaksirkan apakah model struktural yang dibuat mampu menghasilkan estimasi yang baik. Tanda-tanda adanya masalah dalam tahap ini adalah, yang pertama simpangan standar untuk satu atau beberapa koefisien model sangat besar. Kedua, informasi yang diperlukan tidak dapat disajikan oleh program. Ketiga, munculnya angka-angka yang tidak wajar. Misalnya terdapat varian yang negatif. Keempat, terdapat angka koefisien korelasi antar koefisien estimasi sangat tinggi.

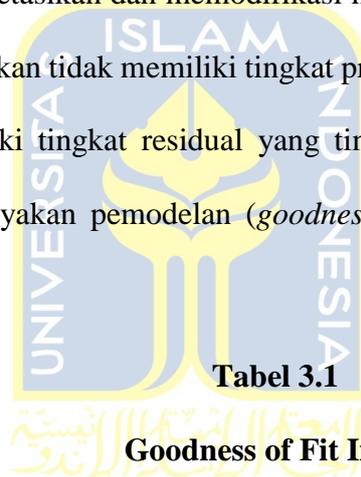
6. Mengevaluasi Ketepatan Estimasi Model

Estimasi model akan dapat diuji apabila beberapa asumsi penggunaan SEM dapat dipenuhi. Hal-hal yang perlu dilihat adalah: ukuran sampel minimal 100 unit; data berdistribusi normal dan berpola linier; evaluasi *outliers* dengan metode *univariate* dan *multivariate*. Apabila asumsi-asumsi pengguna SEM sudah dapat dipenuhi, maka

tahap selanjutnya adalah melakukan uji kesesuaian dan uji statistik (*goodness of fit test*).

7. Menginterpretasikan dan Memodifikasi Model

Langkah terakhir dari serangkaian langkah diatas adalah menginterpretasikan dan memodifikasi model apabila ternyata estimasi yang dihasilkan tidak memiliki tingkat prediksi seperti yang diharapkan atau memiliki tingkat residual yang tinggi. Secara ringkas pedoman kriteria kelayakan pemodelan (*goodness of fit index*) adalah sebagai berikut:



Tabel 3.1

Goodness of Fit Index

Goodness of Fit	Cut-off value
Chi-Square (X^2)	Diharapkan kecil
Significance Probability	$\geq 0,05$
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	≥ 0.90
AGFI	≥ 0.90
TLI	$\geq 0,90$
CFI	≥ 0.90

Sumber: Hair *et al* (2010)

Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksirkan hubungan kausalitas antar variabel (*model casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2016). Analisis jalur sendiri tidak dapat menentukan hubungan sebab-akibat dan juga tidak dapat digunakan sebagai substitusi bagi peneliti untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel. Hubungan kausalitas antar variabel telah dibentuk dengan model berdasarkan landasan teoritis. Apa yang dapat dilakukan oleh analisis jalur adalah menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kausalitas imajiner (Ghozali, 2016).

Penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*model casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2016). *Path analysis* merupakan metode *multivariate* (lebih dari satu variabel dependen) yang dapat digunakan untuk mengestimasi pengaruh langsung (*direct effect*), pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) dan pengaruh total (*total effect*) diantara beberapa variabel (Ghozali, 2016).

3.7.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui hubungan langsung terjadi jika satu variabel mempengaruhi variabel lainnya tanpa ada variabel ke tiga yang memediasi (intervening) hubungan kedua variabel tadi. Hubungan tidak langsung adalah jika ada variabel ke tiga yang memediasi hubungan kedua variabel ini. Kemudian pada setiap variabel dependen (endogen variabel) akan ada anak panah yang menuju ke variabel ini dan ini berfungsi untuk menjelaskan jumlah variance yang tidak dapat dijelaskan (*unexplained variance*) oleh variabel itu. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Jika P value (P) < 0,05 dan nilai Critical Ratio (C.R.) > 1,96, maka hipotesis **diterima.**

Jika P value (P) > 0,05 dan nilai Critical Ratio (C.R.) < 1,96 maka hipotesis **ditolak.**



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan penelitian terhadap 200 UKM, selanjutnya dilakukan analisis data dan pembahasan. Adapun urutan analisis data adalah, analisis dekriptif karakteristik responden dan jawaban responden, analisis SEM serta pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini meliputi analisis karakteristik responden dan analisis jawaban responden terhadap variabel penelitian.

4.2 Deskripsi Responden Penelitian

Data primer yang telah berhasil dikumpulkan oleh peneliti kemudian dianalisis. Analisis karakteristik responden meliputi jenis kelamin, umur, jenis usaha, dan umur usaha.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Perusahaan

Hasil karakteristik responden berdasarkan umur perusahaan bisa dilihat dalam tabel 4.1 :

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Perusahaan

Umur Perusahaan	Jumlah	Persentase
0-5 tahun	35	17,5%
5-10 tahun	125	63,5%
Lebih dari 10 tahun	40	20%
Total	200	100%

Sumber: Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden yang mengisi kuisisioner mayoritas adalah UKM dengan umur perusahaan yaitu berjumlah 125 responden atau sebesar 63,5%, UKM dengan umur perusahaan sebesar 40 responden atau 20% dan responden perempuan berjumlah 35 responden atau sebesar 17,5%.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Modal Kerja

Hasil tentang deskripsi responden berdasarkan karakteristik modal kerja dapat dilihat seperti yang tersaji dalam tabel 4.2 :

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Modal Kerja

Modal Kerja	Jumlah	Persentase
< Rp. 10.000.000.000	200	100%
Rp.10.000.000.000 s/d Rp. 100.000.000.000	0	0%
> Rp. 100.000.000.000	0	0%

Modal Kerja	Jumlah	Persentase
Total	200	100%

Sumber : Data Primer, 2019

Dengan melihat modal kerja responden mayoritas UKM adalah UKM dengan modal kerja sebesar < Rp. 10.000.000.000,- dengan 200 responden atau 100%.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tenaga Kerja

Hasil deskripsi tentang responden berdasarkan tenaga kerja dapat dilihat dalam tabel 4.3 :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tenaga Kerja

Tenaga Kerja	Jumlah	Persentase
< 100 karyawan	200	100%
100-300 karyawan	0	0%
300-500 karyawan	0	0%
> 500 karyawan	0	0%
Total	200	100%

Sumber : Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas perusahaan adalah UKM dengan tenaga kerja < 100 karyawan sebesar 200 responden atau 100%.

4.3 Analisis Deskriptif Jawaban Responden

Untuk mendeskripsikan jawaban variabel dapat ditunjukkan dengan nilai rata-rata variabel. Berpedoman pada nilai minimum dan nilai maksimum maka dapat ditentukan interval penilaian sebagai berikut:

$$\text{Skor minimum} = 1$$

$$\text{Skor maksimum} = 5$$

$$\text{Interval} = \frac{\text{Maksimum} - \text{minimum}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Nilai rata-rata 1,00 – 1,80 = Sangat Tidak baik

Nilai rata-rata 1,81 – 2,60 = Tidak baik

Nilai rata-rata 2,61 – 3,40 = Netral

Nilai rata-rata 3,41 – 4,20 = Baik

Nilai rata-rata 4,21 – 5,00 = Sangat Baik

4.3.1 Variabel Inovasi Produk

Hasil deskriptif atau penilaian responden pada Inovasi Produk ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.4

Inovasi Produk

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1	Meningkatkan kualitas bahan baku dan bahan dari produk saat ini	3,50	Baik

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
2	Mengurangi ketidakcocokan biaya produksi dan bahan dari produk saat ini	3,63	Baik
3	Mengembangkan kebaruan untuk produk saat ini yang mengarah pada peningkatan kemudahan penggunaan bagi pelanggan dan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan	3,56	Baik
4	Mengembangkan produk baru dengan spesifikasi teknis dan fungsi yang sangat berbeda dari yang sekarang	3,75	Baik
5	Mengembangkan produk baru dengan komponen dan bahan yang sama sekali berbeda dari yang sekarang	3,63	Baik
	Mean Total	3,61	Baik

Sumber: Data Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa dari 200 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas memberikan penilaian baik pada seluruh item pertanyaan inovasi produk. Penilaian tertinggi pada item mengembangkan produk baru dengan spesifikasi teknis dan fungsi yang sangat berbeda dari yang sekarang. Sedangkan penilaian terendah pada item Meningkatkan kualitas bahan baku dan bahan dari produk saat ini. Hal ini

menunjukkan bahwa tingkat inovasi produk UKM cenderung baik, terbukti pimpinan memberikan penilaian yang baik.

4.3.2 Variabel Inovasi Proses

Berikut dijelaskan untuk hasil jawaban responden Inovasi proses.

Tabel 4.5

Inovasi Proses

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1	Memperbarui desain produk saat ini dan / atau baru melalui perubahan seperti dalam penampilan, pengemasan, bentuk dan volume tanpa mengubah fitur teknis dan fungsional dasar mereka	3,51	Baik
2	Memperbarui saluran distribusi tanpa mengubah proses logistik yang terkait dengan pengiriman produk	3,61	Baik
3	Memperbarui teknik promosi produk yang digunakan untuk mempromosikan produk saat ini dan / atau baru	3,60	Baik
4	Memperbarui teknik penetapan harga produk yang digunakan untuk menentukan harga produk saat ini dan / atau yang baru	3,77	Baik

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
5	Memperbarui aktivitas manajemen pemasaran umum	3,66	Baik
	Mean Total	3,63	Baik

Sumber: Data Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas dapat dilihat bahwa dari 200 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas memberikan penilaian baik pada seluruh item pertanyaan inovasi proses. Penilaian terendah pada item Memperbarui desain produk saat ini dan / atau baru melalui perubahan seperti dalam penampilan, pengemasan, bentuk dan volume tanpa mengubah fitur teknis dan fungsional dasar mereka dan penilaain tertinggi pada item Memperbarui teknik penetapan harga produk yang digunakan untuk menentukan harga produk saat ini dan / atau yang baru. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat inovasi proses dalam kondisi baik, terbukti pimpinan memberikan penilaian yang baik.

4.3.3 Variabel Inovasi Pemasaran

Penilaian inovasi pemasaran adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6

Inovasi Pemasaran

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1.	Memperbarui rutinitas, prosedur, dan proses yang digunakan untuk menjalankan aktivitas perusahaan dengan cara yang inovatif	3,72	Baik
2.	Memperbarui sistem manajemen rantai pasokan	3,78	Baik
3.	Memperbarui sistem manajemen produksi dan kualitas	3,57	Baik
4.	Memperbarui sistem manajemen sumber daya manusia	3,60	Baik
5.	Memperbarui sistem informasi manajemen perusahaan dan praktik berbagi informasi	3,79	Baik
	Mean Total	3,69	Baik

Sumber: Data Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.6 diatas dapat dilihat bahwa dari 200 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas memberikan penilaian baik pada

seluruh item pertanyaan inovasi organisasi. Penilaian terendah pada item Memperbarui sistem manajemen produksi dan kualitas dan penilaian tertinggi pada item Memperbarui sistem informasi manajemen perusahaan dan praktik berbagi informasi. Secara keseluruhan responden memberikan penilaian baik pada variabel inovasi pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat inovasi pemasaran dalam kondisi baik, terbukti responden memberikan penilaian yang baik.

4.3.4 Variabel Inovasi organisasi

Penilaian inovasi organisasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Inovasi Organisasi

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1.	Memperbarui rutinitas, prosedur, dan proses yang digunakan untuk menjalankan aktivitas perusahaan dengan cara yang inovatif	3,54	Baik
2.	Memperbarui sistem manajemen rantai pasokan	3,62	Baik
3.	Memperbarui sistem manajemen produksi dan kualitas	3,41	Baik
4.	Memperbarui sistem manajemen sumber daya manusia	3,56	Baik

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
5.	Memperbarui sistem informasi manajemen perusahaan dan praktik berbagi informasi	3,73	Baik
6.	Memperbarui struktur organisasi untuk memfasilitasi kerja tim	3,54	Baik
7.	Memperbarui struktur organisasi untuk memfasilitasi koordinasi antara berbagai fungsi seperti pemasaran dan manufaktur	3,58	Baik
8.	Memperbarui struktur organisasi untuk memfasilitasi organisasi tipe proyek	3,49	Baik
9.	Memperbarui struktur organisasi untuk memfasilitasi kemitraan strategis dan kolaborasi bisnis jangka panjang	3,69	Baik
	Mean Total	3,57	Baik

Sumber: Data Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa dari 200 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas memberikan penilaian baik pada seluruh item pertanyaan kinerja keuangan. Penilaian terendah pada item Memperbarui sistem manajemen produksi dan kualitas dan penilain tertinggi pada item memperbarui sistem informasi manajemen perusahaan dan praktik berbagi informasi. Secara keseluruhan responden memberikan penilaian baik pada variabel inovasi organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa

tingkat inovasi organisasi di Indonesia dalam kondisi baik, terbukti responden memberikan penilaian yang baik.

4.3.5 Variabel Kinerja Inovatif

Penilaian kinerja inovatif adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8

Kinerja Inovatif

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1.	Kemampuan untuk memperkenalkan produk dan layanan baru ke pasar sebelum pesaing	3,83	Baik
2.	Persentase produk baru dalam portofolio produk yang ada	3,88	Baik
3.	Jumlah proyek produk dan layanan baru	3,89	Baik
4.	Inovasi diperkenalkan untuk proses dan metode kerja	3,61	Baik
5.	Kualitas produk dan layanan baru diperkenalkan	3,73	Baik
6.	Jumlah inovasi di bawah perlindungan kekayaan intelektual	3,77	Baik
7.	Memperbarui sistem administrasi dan pola pikir yang sejalan dengan lingkungan perusahaan	3,87	Baik
	Mean Total	3,80	Baik

Sumber: Data Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa dari 200 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas memberikan penilaian baik pada seluruh item pertanyaan kinerja inovatif. Penilaian terendah pada item Inovasi diperkenalkan untuk proses dan metode kerja dan penilaain tertinggi pada item Jumlah proyek produk dan layanan baru. Secara keseluruhan responden memberikan penilaian baik pada variabel kinerja inovasi. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kinerja inovasi, terbukti responden memberikan penilaian yang baik.

4.3.6 Variabel Kinerja Produksi

Penilaian kinerja produksi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Kinerja Produksi

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1.	Kualitas kesesuaian	3,83	Baik
2.	Biaya produksi	3,93	Baik
3.	Fleksibilitas produksi (volume)	3,78	Baik
4.	Kecepatan produksi dan pengiriman	3,98	Baik
	Mean Total	3,88	Baik

Sumber: Data Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa dari 200 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas memberikan penilaian baik pada seluruh item pertanyaan kinerja produksi. Penilaian terendah pada item

Fleksibilitas produksi (volume) dan penilaain tertinggi pada item kecepatan produksi dan pengiriman. Secara keseluruhan responden memberikan penilaian baik pada variabel kinerja inovasi. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kinerja produksi, terbukti responden memberikan penilaian yang baik.

4.3.7 Variabel Kinerja pasar

Penilaian kinerja pasar adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Kinerja pasar

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1.	Kepuasan pelanggan	3,83	Baik
2.	Total penjualan	3,84	Baik
3.	pangsa pasar	4,80	Sangat Baik
	Mean Total	4,16	Baik

Sumber: Data Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.10 diatas dapat dilihat bahwa dari 200 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas memberikan penilaian baik pada seluruh item pertanyaan kinerja pasar. Penilaian terendah pada item kepuasan pelanggan dan penilaain tertinggi pada item pangsa pasar. Secara keseluruhan responden memberikan penilaian baik pada variabel kinerja pasar. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kinerja pasar, terbukti responden memberikan penilaian yang baik.

4.3.8 Variabel Kinerja Keuangan

Penilaian kinerja keuangan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11
Kinerja Keuangan

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1.	Pengembalian penjualan (laba / total penjualan)	3,77	Baik
2.	Pengembalian aset (laba / total aset)	3,68	Baik
3.	Profitabilitas umum perusahaan	3,78	Baik
4	Arus kas tidak termasuk investasi	3,78	Baik
	Mean Total	3,75	Baik

Sumber: Data Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.11 diatas dapat dilihat bahwa dari 200 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas memberikan penilaian baik pada seluruh item pertanyaan kinerja keuangan. Penilaian tertinggi pada item profitabilitas umum perusahaan dan arus kas tidak termasuk investasi dan penilaain terendah pada item pengembalian aset (laba / total aset). Secara keseluruhan responden memberikan penilaian baik pada variabel kinerja keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kinerja keuangan, terbukti responden memberikan penilaian yang baik.

4.4 Uji Kelayakan Instrumen

4.4.1 Uji Validitas

Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Dengan kriteria $C.R. \geq 1,96$ dan $P \leq 0,05$ maka indikator tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2011). Sebuah indikator menunjukkan validitas konvergen yang signifikan apabila koefisien variabel indikator itu lebih besar dari dua kali *standard error*-nya atau memiliki *critical ratio* yang lebih besar dari dua kali *standard error*-nya (Ferdinand, 2014).

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas CFA

Variabel	Indikator/Item	C.R.	P	Keterangan
Inovasi Organisasi	INO9	4,526	***	Valid
	INO8	5,899	***	Valid
	INO7	6,518	***	Valid
	INO6	5,625	***	Valid
	INO5	6,284	***	Valid
	INO4	4,633	***	Valid
	INO3	4,310	***	Valid
	INO2	5,581	***	Valid
	INO1	5,651	***	Valid
	INPM5	5,406	***	Valid

Variabel	Indikator/Item	C.R.	P	Keterangan
Inovasi Pemasaran	INPM4	2,573	,010	Valid
	INPM3	3,022	,003	Valid
	INPM2	4,526	***	Valid
	INPM1	3,736	***	Valid
Inovasi Proses	INS5	2,573	,010	Valid
	INS4	1,989	,047	Valid
	INS3	4,510	***	Valid
	INS2	3,782	***	Valid
	INS1	3,095	,002	Valid
Inovasi Produk	INP5	3,548	***	Valid
	INP4	2,983	,003	Valid
	INP3	2,504	,012	Valid
	INP2	3,066	,002	Valid
	INP1	2,081	,037	Valid
Kinerja Inovatif	KI7	3,782	***	Valid
	KI6	7,347	***	Valid
	KI5	6,236	***	Valid
	KI4	6,148	***	Valid
	KI3	5,276	***	Valid
	KI2	6,046	***	Valid

Variabel	Indikator/Item	C.R.	P	Keterangan
	KI1	5,806	***	Valid
Kinerja Produksi	KP1	6,148	***	Valid
	KP2	2,039	,041	Valid
	KP3	3,215	,001	Valid
	KP4	3,201	,001	Valid
Kinerja Pemasaran	KPS1	6,236	***	Valid
	KPS2	3,497	***	Valid
	KPS3	2,238	,025	Valid
Kinerja Keuangan	KK4	5,276	***	Valid
	KK3	5,951	***	Valid
	KK2	5,310	***	Valid
	KK1	4,064	***	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

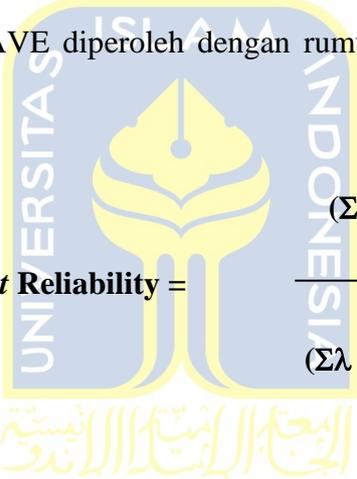
Berdasarkan Tabel 4.4 tersebut dapat diketahui bahwa C.R. atau *Critical Ratio* ≥ 1.96 , dan $P \leq 0,05$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua data pada tabel tersebut sesuai dengan syarat sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner adalah valid.

4.4.2 Uji Realibilitas

Pengujian reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah konstruk yang menunjukkan derajat kemampuan masing-

masing indikator mengindikasikan sebuah *construct* yang umum atau secara sederhana dapat dikatakan sebagai tingkat konsistensi dan stabilitas dari sebuah alat ukur (Ferdinand, 2014). Dalam SEM ada beberapa uji statistik untuk menguji reliabilitas konstruk yaitu *construct reliability* dan *variance extracted*.

Pada penelitian ini reliabilitas konstruk diuji menggunakan pendekatan *construct reliability* dan AVE dengan menghitung indeks reliabilitas instrumen yang digunakan dari model SEM yang dianalisis. *construct reliability* dan AVE diperoleh dengan rumus (Fornell & Larcker, 1981) berikut :



$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum \epsilon_i}$$

$$\text{AVE} = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum \epsilon_i}$$

Dimana,:

λ_i = *Standard loading* masing-masing indikator (*observed variable*)

ϵ_i = kesalahan pengukuran masing-masing indikator (1 – reliabilitas indikator).

Tabel 4.13
Uji Reliabilitas

Variabel	AVE	CR	Ket
Aktivitas Inovasi	0,912	0,703	Reliabel
Kinerja Inovatif	0,975	0,848	Reliabel
Kinerja Produksi	0,961	0,887	Reliabel
Kinerja pasar	0,899	0,789	Reliabel
Kinerja Keuangan	0,950	0,832	Reliabel

Sumber: Data Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.5 tersebut maka hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas untuk seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini nilai AVE lebih besar yaitu 0,5 ($AVE \geq 0,5$) dan nilai *Critical Ratio* lebih besar yaitu 0,6 ($C.R. \geq 0,6$) dan sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan yang tertuang dalam kuesioner penelitian ini dapat dinyatakan handal / reliabel. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kuesioner ini memiliki hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran dalam waktu dan model atau desain yang berbeda.

4.5 Analisis SEM (*Structural Equation Model*)

Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SEM (*Structural Equation Model*) yaitu sekumpulan teknik-teknik statistikal yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit secara simultan. Analisis ini sekaligus untuk membuktikan hipotesis penelitian ini yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya.

Untuk melakukan analisis data dengan metode SEM diperlukan tahap-tahap pengujian yaitu :

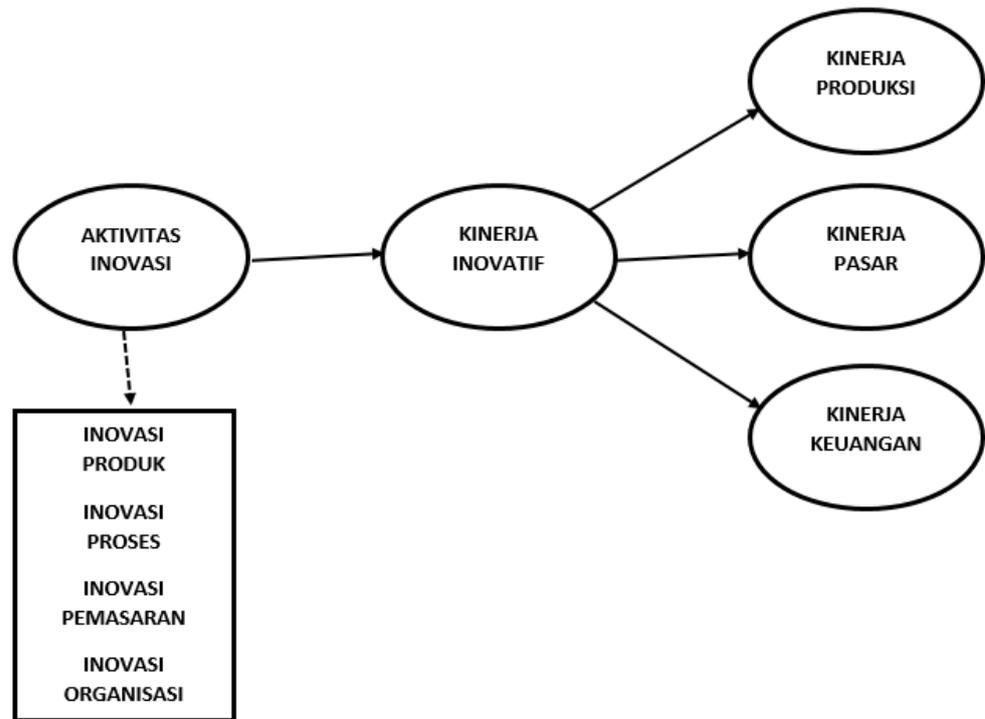
1. Pengembangan model berdasarkan teori

Langkah pertama pada model SEM yang mempunyai justifikasi yang kuat sudah dijelaskan pada bab 3 yakni hubungan antar variabel eksogen dan endogen yang terdapat pada penelitian ini merupakan turunan dari teori-teori dan jurnal pendukung yang digunakan dalam penelitian ini. Tanpa adanya dasar teori yang kuat, analisis SEM tidak dapat digunakan dalam penelitian. Model penelitian yang tertera pada bab 2 terdiri dari satu variabel eksogen yakni kualitas pelayanan dan satu variabel endogen yakni loyalitas pelanggan dengan 2 variabel pemediasi yakni kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan.

2. Menyusun diagram jalur

Langkah kedua yakni menggambarkan model dalam bentuk diagram jalur (path diagram) yang memudahkan dalam melihat variabel-

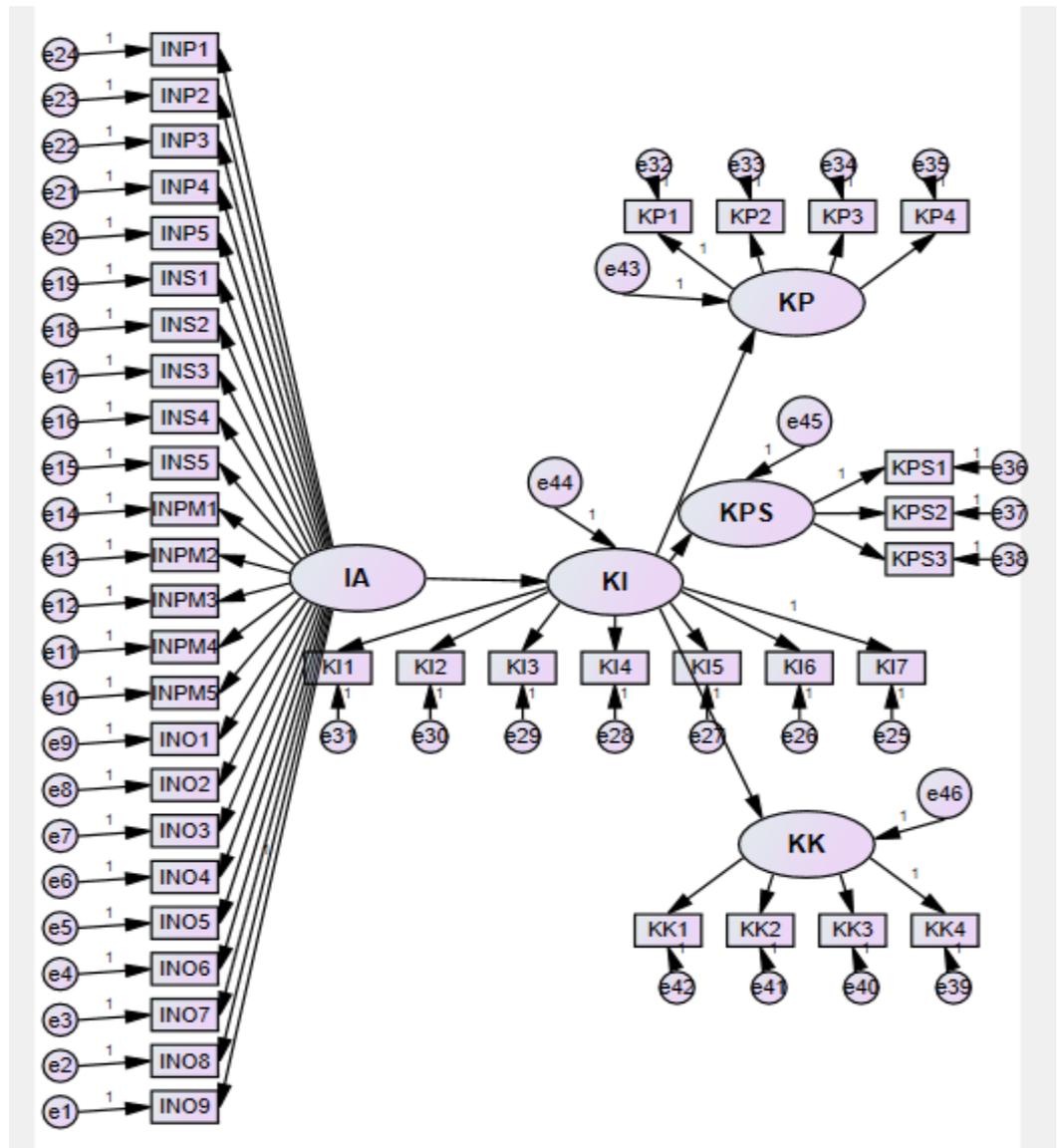
variabel yang akan diujikan. Berdasarkan landasan teori dan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dipaparkan sebelumnya pada bab 2.



Gambar 4.1 Diagram jalur. Sumber: Tuan Nham *et al* (2016)

3. Mengubah diagram jalur menjadi persamaan struktural

Langkah ketiga ialah mengkonversikan diagram jalur ke dalam persamaan, baik persamaan struktural maupun persamaan model pengukuran. Dalam hal ini, sebenarnya langkah tersebut dapat dilakukan secara otomatis melalui program SEM yang tersedia pada aplikasi AMOS 24.0.



Gambar 4.2 Persamaan Struktural

4. Memilih matriks input untuk analisis data

Langkah keempat yakni pada model SEM tersebut menggunakan data input berupa matriks kovarian atau matrik korelasi. Dalam penelitian ini juga digunakan input matriks kovarian karena input tersebut memiliki keunggulan dalam menyajikan perbandingan data yang tidak disajikan

oleh korelasi. Program yang digunakan dalam input data yakni menggunakan aplikasi SPSS versi 23 dan program yang digunakan dalam pengolahan data yakni menggunakan aplikasi AMOS versi 24.0 dengan teknik maximum likelihood estimation.

5. Evaluasi model struktural

a. Ukuran sampel

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan asumsi SEM yaitu dengan jumlah maksimum sebanyak 200 sampel, artinya jumlah data yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini telah terpenuhi karena sesuai dengan syarat yang berada pada jumlah minimum 100 sampel dan maksimum 200 sampel.

b. Normalitas data

Uji normalitas data merupakan uji untuk melihat apakah data dalam penelitian ini telah terdistribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat table assessment of normality pada output AMOS 24.0. Ketentuan uji normalitas yaitu dengan membandingkan nilai C.R. (*Critical Ratio*) pada assessment of normality tersebut dengan nilai kritis $\pm 2,58$ (Ghozali, 2016). Jika terdapat nilai C.R. yang lebih besar atau lebih kecil dari nilai kritis tersebut maka distribusi data tersebut tidak normal secara univariate. Berikut adalah hasil uji normalitas data dalam penelitian ini:

Tabel 4.14

Uji Normalitas

Variable	Min	Max	Skew	C.R	Kurtosis	C.R
KK1	1,000	5,000	-,957	-5,527	-,041	-,119
KK2	1,000	5,000	-,870	-5,020	-,538	-1,553
KK3	1,000	5,000	-,736	-4,250	-,155	-,447
-	-	-	-	-	-	-
Multivariate					143,280	16,665

Sumber: Data Diolah, 2019

Berdasarkan pada Tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa uji normalitas data tersebut berdistribusi tidak normal, karena diperoleh hasil pada nilai multivariate sebesar 16,665. Maka, data tersebut tidak berada dalam rentang nilai distribusi normal yaitu -2,56 sampai +2,56 (Ghozali,2016).

Hal ini bisa terjadi karena data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer sehingga dimungkinkan adanya berbagai respon yang diberikan setiap responden penelitian, oleh karena itu peneliti mencoba untuk melakukan estimasi dengan teknik *Bootstrap*. Teknik *Bootstrap* dilakukan karena dalam penelitian terjadi ketidaknormalan data, maka kemudian langkah ini diambil untuk menghasilkan tambahan sampel. Karena, *bootstrap* memiliki asumsi bahwa sampel (asli) akan menghasilkan tambahan berganda berikutnya,

jadi *bootstrap* merupakan prosedur *resampling* di mana sampel diasumsikan sebagai populasi, lalu diambil sebagian secara acak untuk menjadi sampel. Apabila setelah dilakukan teknik *bootstrapping* dan hasilnya tidak berbeda secara signifikan dengan data asli maka dapat dinyatakan data tersebut layak (Ghozali, 2016).

Tabel 4.15

Uji Bootstrap

<p>Bollen-Stine Bootstrap (Default model)</p> <p>The model fit better in 37 bootstrap samples. It fit about equally well in 0 bootstrap samples. It fit worse or failed to fit in 163 bootstrap samples. Testing the null hypothesis that the model is correct, Bollen-Stine bootstrap $p=,816$</p>

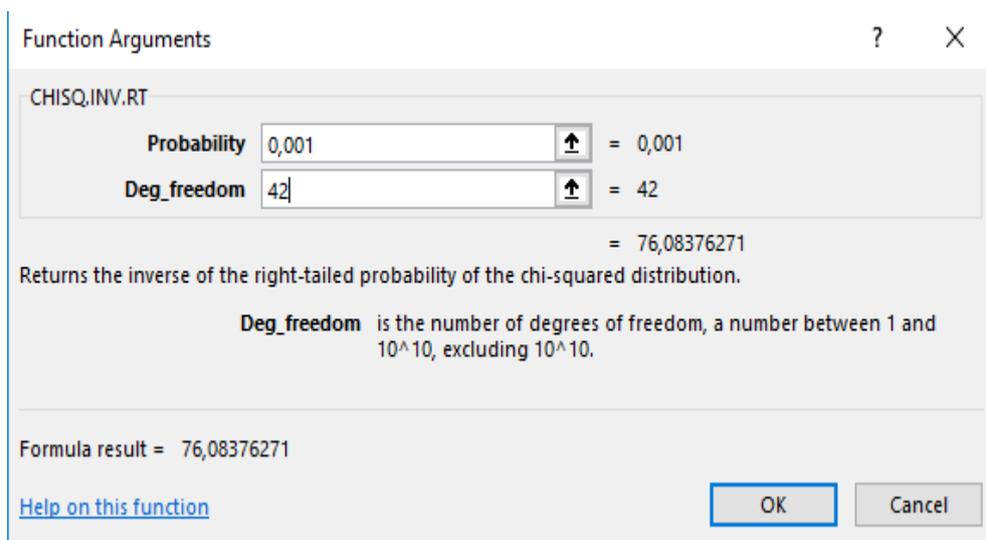
sumber: data primer yang diolah 2019

Hasil output dengan teknik *bootstrapping* dengan sampel *bootstrap* 163 menunjukkan nilai *Bollen-Stine Bootstrap* $p = 0,816$. Hasil *Bollen-Stine Bootstrap* di atas 0,050 menunjukkan tidak ada perbedaan signifikan antara data asli dan data *bootstrapping* maka dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal dan dapat dilakukan uji berikutnya.

c. Uji Outliers

Uji *Outliers* adalah data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari data-data lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim, baik untuk sebuah variabel tunggal atau variabel

kombinasi (Ghozali, 2016). Uji *multivariate outliers* dilakukan dengan menggunakan kriteria jarak Mahalanobis pada tingkat Probability 0,001. Dalam penelitian ini penulis menggunakan 42 indikator, sehingga didapatkan nilai CHISQ.INV.RT sebesar 76,08376. Berikut adalah hasil uji *outliers* dalam penelitian ini:



Gambar 4.3 Sumber: AMOS 24.0

Batas nilai CHISQ.INV.RT= 76,08376, apabila pada tabel mehalonobis d-square memiliki nilai >CHISQ.INV.RT maka nilai tersebut termasuk outliers.

Tabel 4.16

Uji Outliers

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
183	75,926	,001	,000
32	69,044	,005	,000
11	68,283	,006	,000
90	66,885	,009	,000
188	65,267	,012	,000
-	-	-	-

Sumber: Data Diolah, 2019

Observation fathers from the centroid (mahalanobis distance), namun disini peneliti tidak melampirkan keseluruhan baris total, sisanya telah dicantumkan didalam lampirkan. 5 baris teratas dari Tabel mahalanobis *distance*. Hasilnya tidak ada data yang melebihi batas *outliers* yaitu 76,083. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat outliers dari hasil penelitian ini.

6. Uji Kebaikan Model (*Goodness of Fit*)

Untuk mengetahui kriteria model yang baik (*Goodness of Fit*) digunakan: *Absolut Fit Measured* (pengukuran indeks mutlak), *Incremental Fit Measured* (Pengukuran tambahan indeks) dan *Parsimonious Fit Measured* (Pengukuran kesederhanaan indeks). Uji

kebaikan model ini menggunakan *software* Amos 24.0. Berikut ini *goodness of fit index* yang dihasilkan setelah pengujian:

Tabel 4.17

Goodness of Fit Index

<i>Goodness of Fit Index</i>	Hasil	<i>Cut Off Value</i>	<i>Kriteria</i>
<i>Chi-Square</i>	863,033	Diharapkan kecil df=815 adalah 695,913	Tidak Baik
Probability	0,118	$\geq 0,05$	Baik
RMSEA	0,017	$\leq 0,08$	Baik
GFI	0,822	$\geq 0,9$	Mendekati Baik
AGFI	0,803	$\geq 0,9$	Mendekati Baik
TLI	0,955	$\geq 0,90$	Baik
CFI	0,958	$\geq 0,90$	Baik

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019

Berdasarkan data dari tabel 4.17 di atas menunjukkan bahwa Profitability (0,118), RMSEA (0,017), TLI (0,955) dan CFI (0,958) berada pada kriteria fit. Sedangkan GFI (0,822) dan AGFI (0,803) berada pada kriteria mendekati fit atau *marginal fit*. Sementara hasil dari Chi-Square (863,033) berada pada kriteria tidak fit. Maka, penulis mengacu pada prinsip parsimony yang dikemukakan oleh Arbuckle dan Worthe (1999) dalam Solimun (2004) yakni apabila terdapat satu atau dua kriteria yang telah terpenuhi (fit) maka model secara keseluruhan dapat

dikatakan baik atau diterima. Maka, dari prinsip tersebut hasil pengujian model persamaan struktural tersebut diterima dan dapat dilakukan analisis selanjutnya.

Dengan demikian model penelitian ini telah dapat dinyatakan memenuhi kesesuaian model (*goodness of fit*).

7. Interpretasi dan modifikasi model

Pada tahapan ini, selanjutnya model penelitian diinterpretasikan. Model dalam penelitian ini sudah dinyatakan baik (fit), maka modifikasi model tidak akan dilakukan dan selanjutnya memasuki tahapan analisis berikutnya.

4.6 Hasil Pengujian Hipotesis

Tahapan selanjutnya yaitu melakukan pengujian terhadap hipotesis yang telah diajukan sebelumnya. Salah satunya yaitu dengan cara melihat hasil uji hipotesis adalah dengan melihat *output regression weight*. *Regression weight* adalah pengujian untuk melihat apakah ada hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen. Menurut Ghazali (2016) menyatakan bahwa hipotesis dalam penelitian dapat diterima jika hasil nilai probability lebih kecil dari 0,050 dan *Critical Ratio* (C.R.) lebih besar dari 2,000. Berikut adalah hasil dari uji regression weight dalam penelitian ini:

Tabel 4.18

Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan Variabel	C.R.	P	Kesimpulan
H1	Aktivitas Inovasi → Kinerja Inovatif	4,613	***	Signifikan
H2	Kinerja Inovatif → Kinerja Produksi	2,779	,005	Signifikan
H3	Kinerja Inovatif → Kinerja pasar	3,533	***	Signifikan
H4	Kinerja Inovatif → Kinerja Keuangan	5,295	***	Signifikan

Sumber: data primer yang diolah 2019

Berdasarkan hasil analisis SEM di atas, maka hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh Aktivitas Inovasi terhadap Kinerja Inovatif

Hipotesis alternatif pertama bahwa “Aktivitas Inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovatif pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.” Hasil koefisien jalur Aktivitas Inovasi terhadap kinerja inovatif pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta adalah C.R. sebesar 4,613 dengan nilai P 0,000. Hal ini berarti Aktivitas Inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja inovatif pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta. Dengan demikian hipotesis pertama dalam penelitian ini **dapat didukung.**

2. Pengaruh Kinerja Inovatif terhadap Kinerja Produksi

Hipotesis alternatif kedua bahwa “Kinerja Inovatif berpengaruh terhadap kinerja produk pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.” Hasil koefisien jalur Kinerja Inovatif terhadap kinerja produk pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta adalah C.R. sebesar 2,779 dengan nilai $P = 0,005$. Hal ini berarti Kinerja Inovatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja produksi pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta. Dengan demikian hipotesis kedua dalam penelitian ini **dapat didukung**.

3. Pengaruh Kinerja Inovatif terhadap Kinerja pasar

Hipotesis alternatif ketiga bahwa “Kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja pasar pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta”. Hasil koefisien jalur Kinerja inovatif terhadap kinerja pasar pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta adalah C.R. sebesar 3,533 dengan nilai $P=0,000$. Hal ini berarti Kinerja inovatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja pasar pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta. Dengan demikian hipotesis ketiga dalam penelitian ini **dapat didukung**.

4. Pengaruh Kinerja Inovatif terhadap Kinerja Keuangan

Hipotesis alternatif keempat bahwa “Kinerja Inovatif berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta”. Hasil koefisien jalur Kinerja Inovatif terhadap kinerja keuangan pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta adalah C.R. sebesar 5,295 dengan nilai $P= 0,000$. Hal ini berarti Kinerja Inovatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta dengan demikian hipotesis keempat dalam penelitian ini **dapat didukung**.

4.7 Pembahasan

Berdasarkan berbagai analisis data yang telah dilakukan pada UKM kerajinan Batik di Yogyakarta dengan menggunakan teknik analisis SEM menunjukkan hasil-hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Aktivitas Inovasi terhadap Kinerja Inovatif

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1 yang menyatakan bahwa aktivitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovatif. Pada penelitian ini penulis mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara aktivitas inovasi terhadap kinerja inovatif pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta dan hasil dapat diterima. Jadi, semakin baik aktivitas inovasi yang dilakukan oleh

usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik maka kinerja akan semakin baik.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Ana *et al* (2019) yang membuktikan bahwa aktivitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovatif, dan hasil penelitian Gunday *et al* (2011) juga menjelaskan bahwa aktivitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovatif. Selain itu penelitian dari Tuan Nham *et al* (2016) juga membuktikan bahwa aktivitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovatif.

2. Pengaruh Kinerja Inovatif terhadap Kinerja Produksi

Hasil pengujian hipotesis 2 yang menyatakan bahwa kinerja inovatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja produksi pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta dan hasil dapat diterima. Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa memang terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kinerja inovatif dan kinerja produksi. Hal ini berarti bahwa semakin baik kinerja inovatif akan meningkatkan kinerja produksi pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.

Hal ini kemudian di dukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gunday *et al* (2011) yang membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja produksi, dan juga hasil penelitian yang dilakukan oleh Tuan Nham *et al* (2016) membuktikan

bahwa kinerja inovatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja produksi.

3. Kinerja Inovatif dan Kinerja pasar

Hasil pengujian hipotesis 3 menyatakan bahwa kinerja inovatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pasar pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta dan hasil dapat diterima. Hal ini berarti bahwa semakin baik kinerja inovatif akan meningkatkan kinerja pasar pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.

Hal ini kemudian didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lee Tong-Keun *et al* (2016) yang membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja pasar, dan juga hasil penelitian yang dilakukan oleh Tuan Nham *et al* (2016) yang membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja pasar.

4. Kinerja Inovatif dan Kinerja Keuangan

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis 4 yang menyatakan bahwa kinerja inovatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta dan hasil dapat diterima. Hal ini berarti bahwa semakin baik kinerja inovatif akan meningkatkan kinerja keuangan pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.

Hal ini kemudian di dukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Salindal *et al* (2018) membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan., dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Squires Graham *et al* (2016) membuktikan dan memperkuat bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Selain itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Tuan Nham *et al* (2016) menunjukkan bahwa kinerja inovatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian membuktikan bahwa Aktivitas Inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovatif pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta. Hal ini berarti bahwa semakin baik aktivitas inovasi akan meningkatkan kinerja inovatif pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.
2. Hasil penelitian membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja produksi pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta. Hal ini berarti bahwa semakin baik kinerja inovatif akan meningkatkan kinerja produksi pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.
3. Hasil penelitian membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja pasar pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta. Hal ini berarti bahwa semakin baik kinerja inovatif akan meningkatkan kinerja pemasaran pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.
4. Hasil penelitian membuktikan bahwa kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan

batik di Yogyakarta. Hal ini berarti bahwa semakin baik kinerja inovatif akan meningkatkan kinerja keuangan pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi perusahaan yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan peran aktivitas inovasi, karena terbukti berpengaruh terhadap kinerja inovatif seperti peningkatan inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi.
2. Meningkatkan kinerja inovatif karena terbukti mampu meningkatkan kinerja perusahaan baik kinerja pasar, kinerja produksi dan kinerja keuangan. kombinasi dari pencapaian perusahaan secara keseluruhan sebagai hasil dari upaya pembaharuan dan peningkatan yang dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai aspek inovasi perusahaan. Oleh karena itu kinerja inovatif menjadi konstruksi gabungan berdasarkan pada berbagai indikator kinerja yang berkaitan. Jadi, perlu adanya strategi-strategi perusahaan yaitu kemampuan untuk memperkenalkan produk, dengan paten baru, pengumuman produk baru, proyek baru, proses baru, pengaturan organisasi baru, layanan baru ke pasar sebelum pesaing, jumlah proyek produk dan layanan baru, persentase produk baru dalam portofolio produk yang ada, Inovasi diperkenalkan untuk proses dan metode kerja, Kualitas produk dan layanan baru diperkenalkan, Jumlah inovasi di bawah

perlindungan kekayaan intelektual dan Memperbarui sistem administrasi dan pola pikir yang sejalan dengan lingkungan perusahaan.

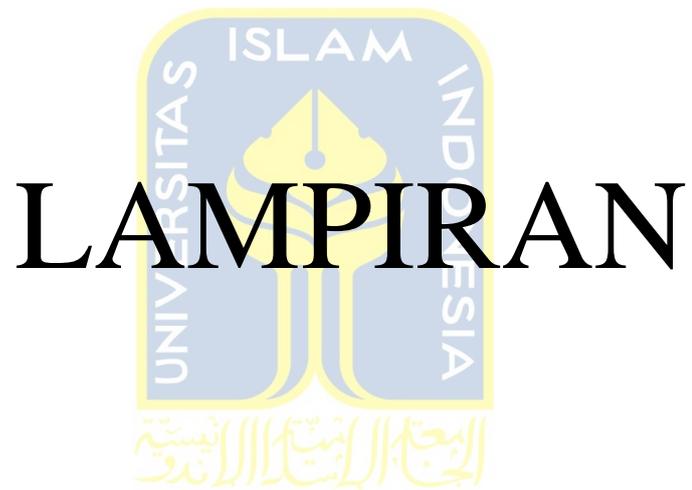


DAFTAR PUSTAKA

- Allred, B.B. and K.S. Swan, 2005, “*The Mediating Role of Innovation on The Influence of Industry Structure and National Context on Firm Performance,*” *Journal of International Management*, Vol. 11, No.3, p.p.229-252
- Amara, N., & Landry, R. 2005. *Sources of information as determinants of novelty of innovation in manufacturing firms: evidence from the 1999 statistics Canada innovation survey.* *Technovation* 25 (2005): pp 245-259.
- Atalay. Murat. Anafarta, Nilgun & Sarvan Fulya. 2013. *The Relationship between Innovation and Firm Performance: An emperical evidence frm Turkish Automotive Supplier Industry.* *Procedia social and Behaviour Science*, 75, 226
- Arikunto, S., 2009. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Edisi Revisi 6. Jakarta: Rineka Cipta
- Damanpour, Fariboz (1996), “*Organizational Complexity and Inovation: Development and Testing Multiple Contingency Models*’, *Management Science*.,639-716
- Fagerberg, J. Mowery, D.C., & Nelson, R. (2004). *The Oxfort Handbook of Innovation*, Oxford: Oxford University Press.
- Ferdinand, A., 2014, *Metode Penelitian Manajemen.*Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Francis Boachie (2015) *The Effect of Innovation Types on the Performance of Small and Medium Sized Enterprises in the Sekondi Takoradi Metropolis* *Archives Business Research!*–Vol.3,No.3 PublicationDate: June 25,2015
- Fontana, Avanti. (2011). *Innovate We Can Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai Individu, Organisasi dan Masyarakat*, Edisi Revisi, Cipta Inovasi Sejahtera, Jakarta
- Ghozali, Imam. (2008). *Structural Equation Modelling*, Edisi II, Universitas. Diponegoro, Semarang
- Ghozali, I. (2016). *Structural Equation Modeling Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 24.* Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gurhan Gunday, et al. (2011). *Effects of Innovation Types On Firm Performance.* *The International Journal of Production Economics.* Istanbul, Turkey.
- Hagedoorn, John and Myriam Cloudt.2003. “*Measuring innovative performance: is there an advantage in using multiple indicators?*” *Research Policy* 32 (2003) 1365–1379. Elsevier.

- Hassan, Masood Ul., Shaukat, Sadia., Nawaz, Muhammad Saqib., Naz, Saman., (2013), *Effects of Innovation Types on Firm Performance: An Empirical Study on Pakistan's Manufacturing Sector*. Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences, Vol. 7 (2), 243-262.
- Jiménez-Jiménez, D. and R. SanzValle, 2011, "Innovation, Organizational Learning, and Performance," *Journal of Business Research*, Vol. 64, No.4, p.p.408-417.
- Lukas, B.A. and O.C. Ferrel, 2000, *The Effect of Market Orientation Product Innovation*, *Journal of Academy of Marketing Science*, 28, 2: 239-247.
- Metcalf, J.S. (1998). *Evolutionary economics and creative destruction*. London: Psychology Press
- Murphy, G.B., Trailer, J.W., & Hill, R.C. (1996). *Measuring performance in entrepreneurship research*. *Journal of Business Venturing*, 36(1), 15-23.
- Naranjo-Valencia. J. C., Jimenez-Jimenez, D., dan Sanz-Valle, R. (2011), *Innovation or imitation? The role of organizational culture*, *Management Decision*, 49(1), pp 55-72
- Narver, JC dan Slater SF (1990). *The effect of Market Orientation on Business Profitability*. *Journal of Marketing Research*, vol.54, oct, pp, pp.22-35
- OECD, (2005), *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*. 3rd ed. Paris: OECD Publishing & Eurostat.
- Regina Jessica Kumaat (2015) *Pengaruh Pendidikan, Pelatihan, dan Inovasi terhadap Kinerja Pegawai Badan Pelaksana Penyuluhan dan Ketahanan Pangan Kota Manado*. *Jurnal EMBA 331 Vol.3 No.3 Sept. 2015*, Hal.331-340
- Sekaran, Uma, 2003, *Research Methods for Business, A Skill Building Approach, 3th edittion*. Canada: John Wiley & Sons.
- Sidow, Mohamed Abdiaziz dan Ali, Ali Ya ssin She ikh. (2014). *Corporate Innovation and Organizational Performance: The Case of Somalia Telecommunication Industry*, *International Journal of Business, Economics and Law*, Volume 4, Issue 1 (June)
- Solimun, 2004, *Pemodelan Statistik Structural Equation Modeling Aplikasi AMOS*. Malang: Fakultas MIPA dan Program Pascasarjana Universitas Brawijaya
- Sinkula et.al (2001) *Market Information Processing and Organizational Learning*, *Journal of Marketing*, Vol.58.
- Srimindarti, Ceacilia. 2004. *Balanced Scorecard Sebagai Alternatif untuk Mengukur Kinerja*. *Fokus Ekonomi*. Vol. 3, No. 1, April

- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Terziovski, M, Samson D, and Dow Douglas, 1997, *The Business Value of Quality Management System Certification Evidence from Australia and New Zealand*, Journal Operation Management, Vol. 15, pp: 1-18.
- The Greek case (2015) *The impact of innovation capability on the performance of manufacturing companies* in Journal of Manufacturing Technology Management · February 2015
- Veithzal. 2005. *Kepemimpinan Dan Perilaku Organisasi*, PT. Raja.
- Vyas, V. (2009). *Innovation and New Product Development by SMEs: An Investigation of Scottish Food and Drinks Industry* (Doctoral dissertation, Edinburgh Napier University).
- Wang, C.L., & Ahmed, P.K. (2004), The development and validation of the Organizational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, 7(4), 303-313.
- Wang, Z. and N. Wang, 2012, “*Knowledge Sharing, Innovation and Firm Performance*,” *Expert Systems with Applications*, Vol. 39, No.10, p.p.8899-8908.
- Yoo-Jin Han (2017) *The Effects of The Innovation Types of Venture Firms and Government Support on Firm Performance and New Job Creation: Evidence from South Korea* *Academy of Strategic Management Journal* Volume 16, Issue 2, 2017
- Yüzbaşıoğlu, Nedim., Pinar, C., Yunus, T., A 2014 *research on innovation in small and mediumsized enterprises in tourism industry: case of travel agencies operating in Antalya*, *Journal of Procedia Social and Behavioral Sciences*.



LAMPIRAN

I. LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN

Kepada:

Yth: Bapak/Ibu/Saudara/i

Di Tempat

Saya adalah Mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Inovatif dan Kinerja Perusahaan Pada UKM Kerajinan BATIK di Yogyakarta**”. Penelitian ini merupakan syarat untuk kelulusan dijenjang pendidikan Strata Satu (S1).

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon bantuan kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk bersedia mengisi kuesioner sesuai dengan pernyataan-pernyataan yang tertera berikut ini. Bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i sangat saya harapkan demi terselesainya penelitian ini. Jawaban dan identitas responden akan terjamin kerahasiaannya.

Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, dengan rendah hati saya ucapkan terima kasih.

(Agus Ilham Akbar)

Karakteristik Responden

1. Nama : (boleh tidak diisi)
2. Umur perusahaan :
a. 0-5 tahun b. 5-10 tahun
c. > 10 tahun
3. Modal Kerja : < Rp. 10.000.000.000,-
 Rp.10.000.000.000 s/d Rp. 100.000.000.000
 > Rp. 100.000.000.000

4. Tenaga Kerja : < 100 karyawan
 100-300 karyawan
 300-500 karyawan
 > 500 karyawan

QUISIONER

Jenis pertanyaan dibawah ini menjelaskan tentang inovasi produk. Responden memberikan tanda (X) pada jawaban yang dianggap paling cocok (Satu jawaban saja) dengan keterangan: STS=Sangat Tidak Setuju TS=Tidak Setuju N=Ragu-ragu S=Setuju SS=Sangat Setuju

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Meningkatkan kualitas bahan baku dan bahan dari produk saat ini					
2.	Mengurangi ketidakcocokan biaya produksi dan bahan dari produk saat ini					
3.	Mengembangkan kebaruan untuk produk saat ini yang mengarah pada peningkatan kemudahan penggunaan bagi pelanggan dan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan					
4.	Mengembangkan produk baru dengan spesifikasi teknis dan fungsi yang sangat berbeda dari yang sekarang					
5.	Mengembangkan produk baru dengan komponen dan bahan yang sama sekali berbeda dari yang sekarang					

Jenis pertanyaan dibawah ini menjelaskan tentang inovasi proses. Responden memberikan tanda (X) pada jawaban yang dianggap paling cocok (Satu jawaban saja) dengan keterangan: STS=Sangat Tidak Setuju TS=Tidak Setuju N=Ragu-ragu S=Setuju SS=Sangat Setuju

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Menentukan dan menghilangkan kegiatan yang tidak menambah nilai dalam proses produksi					

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
2.	Mengurangi komponen biaya variabel dalam proses pembuatan, teknik, permesinan, dan perangkat lunak					
3.	Meningkatkan kualitas output dalam proses pembuatan, teknik, permesinan, dan perangkat lunak					
4.	Menentukan dan menghilangkan kegiatan yang tidak menambah nilai dalam proses terkait pengiriman					
5.	Mengurangi biaya variabel dan / atau meningkatkan kecepatan pengiriman dalam proses logistik terkait pengiriman					

Jenis pertanyaan dibawah ini menjelaskan tentang inovasi pemasaran. Responden memberikan tanda (X) pada jawaban yang dianggap paling cocok (Satu jawaban saja) dengan keterangan: STS=Sangat Tidak Setuju TS=Tidak Setuju N=Ragu-ragu S=Setuju SS=Sangat Setuju

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Memperbarui desain produk saat ini dan / atau baru melalui perubahan seperti dalam penampilan, pengemasan, bentuk dan volume tanpa mengubah fitur teknis dan fungsional dasar mereka					
2.	Memperbarui saluran distribusi tanpa mengubah proses logistik yang terkait dengan pengiriman produk					
3.	Memperbarui teknik promosi produk yang digunakan untuk mempromosikan produk saat ini dan / atau baru					
4.	Memperbarui teknik penetapan harga produk yang digunakan untuk menentukan harga produk saat ini dan / atau yang baru					
5.	Memperbarui aktivitas manajemen pemasaran umum					

Jenis pertanyaan dibawah ini menjelaskan tentang inovasi organisasi. Responden memberikan tanda (X) pada jawaban yang dianggap paling cocok (Satu jawaban saja) dengan keterangan: STS=Sangat Tidak Setuju TS=Tidak Setuju N=Ragu-ragu S=Setuju SS=Sangat Setuju

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Memperbarui rutinitas, prosedur, dan proses yang digunakan untuk menjalankan aktivitas perusahaan dengan cara yang inovatif					
2.	Memperbarui sistem manajemen rantai pasokan					
3.	Memperbarui sistem manajemen produksi dan kualitas					
4.	Memperbarui sistem manajemen sumber daya manusia					
5.	Memperbarui sistem informasi manajemen perusahaan dan praktik berbagi informasi					
6.	Memperbarui struktur organisasi untuk memfasilitasi kerja tim					
7.	Memperbarui struktur organisasi untuk memfasilitasi koordinasi antara berbagai fungsi seperti pemasaran dan manufaktur					
8.	Memperbarui struktur organisasi untuk memfasilitasi organisasi tipe proyek					
9.	Memperbarui struktur organisasi untuk memfasilitasi kemitraan strategis dan kolaborasi bisnis jangka panjang					

Jenis pertanyaan dibawah ini menjelaskan tentang kinerja inovatif. Responden memberikan tanda (X) pada jawaban yang dianggap paling cocok (Satu jawaban saja) dengan keterangan: STS=Sangat Tidak Setuju TS=Tidak Setuju N=Ragu-ragu S=Setuju SS=Sangat Setuju

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Kemampuan untuk memperkenalkan produk dan layanan baru ke pasar sebelum pesaing					
2.	Persentase produk baru dalam portofolio produk yang ada					

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
3.	Jumlah proyek produk dan layanan baru					
4.	Inovasi diperkenalkan untuk proses dan metode kerja					
5.	Kualitas produk dan layanan baru diperkenalkan					
6.	Jumlah inovasi di bawah perlindungan kekayaan intelektual					
7.	Memperbarui sistem administrasi dan pola pikir yang sejalan dengan lingkungan perusahaan					

Jenis pertanyaan dibawah ini menjelaskan tentang kinerja produksi. Responden memberikan tanda (X) pada jawaban yang dianggap paling cocok (Satu jawaban saja) dengan keterangan: STS=Sangat Tidak Setuju TS=Tidak Setuju N=Ragu-ragu S=Setuju SS=Sangat Setuju

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Kualitas kesesuaian					
2.	Biaya produksi					
3.	Fleksibilitas produksi (volume)					
4.	Kecepatan produksi dan pengiriman					

Jenis pertanyaan dibawah ini menjelaskan tentang kinerja pasar. Responden memberikan tanda (X) pada jawaban yang dianggap paling cocok (Satu jawaban saja) dengan keterangan: STS=Sangat Tidak Setuju TS=Tidak Setuju N=Ragu-ragu S=Setuju SS=Sangat Setuju

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Kepuasan pelanggan					
2.	Total penjualan					
3.	pangsa pasar					

Jenis pertanyaan dibawah ini menjelaskan tentang kinerja keuangan. Responden memberikan tanda (X) pada jawaban yang dianggap paling cocok (Satu jawaban saja) dengan keterangan: STS=Sangat Tidak Setuju TS=Tidak Setuju N=Ragu-ragu S=Setuju SS=Sangat Setuju

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Pengembalian penjualan (laba / total penjualan)					
2.	Pengembalian aset (laba / total aset)					
3.	Profitabilitas umum perusahaan					
4.	Arus kas tidak termasuk investasi					

II. LAMPIRAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Perusahaan

Umur Perusahaan	Jumlah	Persentase
0-5 tahun	35	17,5%
5-10 tahun	125	63,5%
Lebih dari 10 tahun	40	20%
Total	200	100%

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Modal Kerja

Modal Kerja	Jumlah	Persentase
< Rp. 10.000.000.000,-	200	100%
Rp.10.000.000.000 s/d Rp. 100.000.000.000	0	0%
> Rp. 100.000.000.000	0	0%
Total	200	100%

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tenaga Kerja

Tenaga Kerja	Jumlah	Persentase
< 100 karyawan	200	100%
100-300 karyawan	0	0%
300-500 karyawan	0	0%
> 500 karyawan	0	0%
Total	200	100%

III. LAMPIRAN ANALISIS DESKRIFTIF

Tabel 4.4
Inovasi Produk

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1	Meningkatkan kualitas bahan baku dan bahan dari produk saat ini	3,50	Baik
2	Mengurangi ketidakcocokan biaya produksi dan bahan dari produk saat ini	3,63	Baik
3	Mengembangkan kebaruan untuk produk saat ini yang mengarah pada peningkatan kemudahan penggunaan bagi pelanggan dan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan	3,56	Baik
4	Mengembangkan produk baru dengan spesifikasi teknis dan fungsi yang sangat berbeda dari yang sekarang	3,75	Baik
5	Mengembangkan produk baru dengan komponen dan bahan yang sama sekali berbeda dari yang sekarang	3,63	Baik
	Mean Total	3,61	Baik

Tabel 4.5
Inovasi Proses

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1	Memperbarui desain produk saat ini dan / atau baru melalui perubahan seperti dalam penampilan, pengemasan, bentuk dan volume tanpa mengubah fitur teknis dan fungsional dasar mereka	3,51	Baik
2	Memperbarui saluran distribusi tanpa mengubah proses logistik yang terkait dengan pengiriman produk	3,61	Baik
3	Memperbarui teknik promosi produk yang digunakan untuk mempromosikan produk saat ini dan / atau baru	3,60	Baik
4	Memperbarui teknik penetapan harga produk yang digunakan untuk menentukan harga produk saat ini dan / atau yang baru	3,77	Baik
5	Memperbarui aktivitas manajemen pemasaran umum	3,66	Baik
	Mean Total	3,63	Baik

Tabel 4.6
Inovasi Pemasaran

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1.	Memperbarui rutinitas, prosedur, dan proses yang digunakan untuk menjalankan aktivitas perusahaan dengan cara yang inovatif	3,72	Baik
2.	Memperbarui sistem manajemen rantai pasokan	3,78	Baik
3.	Memperbarui sistem manajemen produksi dan kualitas	3,57	Baik
4.	Memperbarui sistem manajemen sumber daya manusia	3,60	Baik
5.	Memperbarui sistem informasi manajemen perusahaan dan praktik berbagi informasi	3,79	Baik
	Mean Total	3,69	Baik

Tabel 4.7
Inovasi Organisasi

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1.	Memperbarui rutinitas, prosedur, dan proses yang digunakan untuk menjalankan aktivitas perusahaan dengan cara yang inovatif	3,54	Baik
2.	Memperbarui sistem manajemen rantai pasokan	3,62	Baik
3.	Memperbarui sistem manajemen produksi dan kualitas	3,41	Baik
4.	Memperbarui sistem manajemen sumber daya manusia	3,56	Baik
5.	Memperbarui sistem informasi manajemen perusahaan dan praktik berbagi informasi	3,73	Baik
6.	Memperbarui struktur organisasi untuk memfasilitasi kerja tim	3,54	Baik
7.	Memperbarui struktur organisasi untuk memfasilitasi koordinasi antara berbagai fungsi seperti pemasaran dan manufaktur	3,58	Baik
8.	Memperbarui struktur organisasi untuk memfasilitasi organisasi tipe proyek	3,49	Baik
9.	Memperbarui struktur organisasi untuk memfasilitasi kemitraan strategis dan kolaborasi bisnis jangka panjang	3,69	Baik
	Mean Total	3,57	Baik

Tabel 4.8
Kinerja Inovatif

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1.	Kemampuan untuk memperkenalkan produk dan layanan baru ke pasar sebelum pesaing	3,83	Baik
2.	Persentase produk baru dalam portofolio produk yang ada	3,88	Baik
3.	Jumlah proyek produk dan layanan baru	3,89	Baik
4.	Inovasi diperkenalkan untuk proses dan metode kerja	3,61	Baik
5.	Kualitas produk dan layanan baru diperkenalkan	3,73	Baik

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
6.	Jumlah inovasi di bawah perlindungan kekayaan intelektual	3,77	Baik
7.	Memperbarui sistem administrasi dan pola pikir yang sejalan dengan lingkungan perusahaan	3,87	Baik
	Mean Total	3,80	Baik

Tabel 4.9
Kinerja Produksi

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1.	Kualitas kesesuaian	3,83	Baik
2.	Biaya produksi	3,93	Baik
3.	Fleksibilitas produksi (volume)	3,78	Baik
4.	Kecepatan produksi dan pengiriman	3,98	Baik
	Mean Total	3,88	Baik

Tabel 4.10
Kinerja Pemasaran

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1.	Kepuasan pelanggan	3,83	Baik
2.	Total penjualan	3,84	Baik
3.	pangsa pasar	4,80	Sangat Baik
	Mean Total	4,16	Baik

Tabel 4.11
Kinerja Keuangan

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1.	Pengembalian penjualan (laba / total penjualan)	3,77	Baik
2.	Pengembalian aset (laba / total aset)	3,68	Baik
3.	Profitabilitas umum perusahaan	3,78	Baik
4.	Arus kas tidak termasuk investasi	3,78	Baik
	Mean Total	3,75	Baik

IV. LAMPIRAN UJI KELAYAKAN INSTRUMEN

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas CFA

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KI	<---	IA	,563	,122	4,613	***	par_38
KP	<---	KI	,203	,073	2,779	,005	par_39
KPS	<---	KI	,440	,125	3,533	***	par_40
KK	<---	KI	,661	,125	5,295	***	par_41
INO9	<---	IA	1,000	,171	4,526	***	par_42
INO8	<---	IA	1,108	,188	5,899	***	par_1
INO7	<---	IA	1,288	,198	6,518	***	par_2
INO6	<---	IA	,913	,162	5,625	***	par_3
INO5	<---	IA	1,129	,180	6,284	***	par_4
INO4	<---	IA	,817	,176	4,633	***	par_5
INO3	<---	IA	,739	,171	4,310	***	par_6
INO2	<---	IA	1,019	,183	5,581	***	par_7
INO1	<---	IA	1,071	,190	5,651	***	par_8
INPM5	<---	IA	,885	,164	5,406	***	par_9
INPM4	<---	IA	,391	,152	2,573	,010	par_10
INPM3	<---	IA	,474	,157	3,022	,003	par_11
INPM2	<---	IA	,773	,171	4,526	***	par_12
INPM1	<---	IA	,510	,136	3,736	***	par_13
INS5	<---	IA	,368	,143	2,573	,010	par_14
INS4	<---	IA	,280	,141	1,989	,047	par_15
INS3	<---	IA	,721	,160	4,510	***	par_16
INS2	<---	IA	,562	,149	3,782	***	par_17
INS1	<---	IA	,419	,135	3,095	,002	par_18
INP5	<---	IA	,531	,150	3,548	***	par_19
INP4	<---	IA	,446	,149	2,983	,003	par_20
INP3	<---	IA	,382	,152	2,504	,012	par_21
INP2	<---	IA	,493	,161	3,066	,002	par_22
INP1	<---	IA	,340	,164	2,081	,037	par_23
KI7	<---	KI	1,000	,149	3,782	***	par_43
KI6	<---	KI	1,091	,148	7,347	***	par_24
KI5	<---	KI	,880	,141	6,236	***	par_25

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KI4	<---	KI	,854	,139	6,148	***	par_26
KI3	<---	KI	,747	,142	5,276	***	par_27
KI2	<---	KI	,806	,133	6,046	***	par_28
KI1	<---	KI	,767	,132	5,806	***	par_29
KP1	<---	KP	1,000	,139	6,148	***	par_44
KP2	<---	KP	,736	,361	2,039	,041	par_30
KP3	<---	KP	2,753	,856	3,215	,001	par_31
KP4	<---	KP	2,963	,926	3,201	,001	par_32
KPS1	<---	KPS	1,000	,141	6,236	***	par_45
KPS2	<---	KPS	,849	,243	3,497	***	par_33
KPS3	<---	KPS	,193	,086	2,238	,025	par_34
KK4	<---	KK	1,000	,142	5,276	***	par_46
KK3	<---	KK	,943	,158	5,951	***	par_35
KK2	<---	KK	,890	,168	5,310	***	par_36
KK1	<---	KK	,556	,137	4,064	***	par_37

Tabel 4.13
Uji Realibilitas

Indikator	λ_i	e_i	C.R	P	Ket	AVE	CR	Ket
INP1	0,340	0,164	2,081	0,037	Valid	0,861	0,612	Reliabel
INP2	0,493	0,161	3,066	0,002	Valid			
INP3	0,382	0,152	2,504	0,012	Valid			
INP4	0,446	0,149	2,983	0,003	Valid			
INP5	0,531	0,150	3,548	0,000	Valid			
INS1	0,419	0,135	3,095	0,002	Valid	0,884	0,627	Reliabel
INS2	0,562	0,149	3,782	0,000	Valid			
INS3	0,721	0,160	4,510	0,000	Valid			
INS4	0,280	0,141	1,989	0,047	Valid			
INS5	0,368	0,143	2,573	0,010	Valid			
INPM1	0,510	0,136	3,736	0,000	Valid	0,922	0,721	Reliabel
INPM2	0,773	0,171	4,526	0,000	Valid			
INPM3	0,474	0,157	3,022	0,003	Valid			
INPM4	0,391	0,152	2,573	0,010	Valid			
INPM5	0,885	0,164	5,406	0,000	Valid			

Indikator	λ_i	e_i	C.R	P	Ket	AVE	CR	Ket
INO1	1,071	0,190	5,651	0,000	Valid	0,981	0,853	Reliabel
INO2	1,019	0,183	5,581	0,000	Valid			
INO3	0,739	0,171	4,310	0,000	Valid			
INO4	0,817	0,176	4,633	0,000	Valid			
INO5	1,129	0,180	6,284	0,000	Valid			
INO6	0,913	0,162	5,625	0,000	Valid			
INO7	1,288	0,198	6,518	0,000	Valid			
INO8	1,108	0,188	5,899	0,000	Valid			
INO9	1,000	0,171	4,526	0,000	Valid			
KI1	0,767	0,132	5,806	0,000	Valid	0,975	0,848	Reliabel
KI2	0,806	0,133	6,046	0,000	Valid			
KI3	0,747	0,142	5,276	0,000	Valid			
KI4	0,854	0,139	6,148	0,000	Valid			
KI5	0,880	0,141	6,236	0,000	Valid			
KI6	1,091	0,148	7,347	0,000	Valid			
KI7	1,000	0,149	3,782	0,000	Valid			
KP1	1,000	0,139	6,148	0,000	Valid	0,961	0,887	Reliabel
KP2	0,736	0,361	2,039	0,041	Valid			
KP3	2,753	0,856	3,215	0,001	Valid			
KP4	2,963	0,926	3,201	0,001	Valid			
KPS1	1,000	0,141	6,236	0	Valid	0,899	0,789	Reliabel
KPS2	0,849	0,243	3,497	0,000	Valid			
KPS3	0,193	0,086	2,238	0,025	Valid			
KK1	0,556	0,137	4,064	0,000	Valid	0,950	0,832	Reliabel
KK2	0,890	0,168	5,310	0,000	Valid			
KK3	0,943	0,158	5,951	0,000	Valid			
KK4	1,000	0,142	5,276	0,000	Valid			

V. LAMPIRAN UJI NORMALITAS

Tabel 4.14
Uji Normalitas

Variable	min	max	Skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KK1	1,000	5,000	-,957	-5,527	-,041	-,119
KK2	1,000	5,000	-,870	-5,020	-,538	-1,553
KK3	1,000	5,000	-,736	-4,250	-,155	-,447
KK4	1,000	5,000	-,865	-4,992	-,236	-,682
KPS3	1,000	5,000	-4,129	-23,842	15,053	43,453
KPS2	1,000	5,000	-,927	-5,351	-,343	-,989
KPS1	1,000	5,000	-,866	-5,001	-,347	-1,002
KP4	1,000	5,000	-1,217	-7,024	,183	,527
KP3	1,000	5,000	-1,042	-6,015	-,002	-,007
KP2	1,000	5,000	-1,157	-6,682	,145	,419
KP1	1,000	5,000	-,995	-5,746	-,292	-,842
KI1	1,000	5,000	-,926	-5,347	-,145	-,419
KI2	1,000	5,000	-,923	-5,329	-,251	-,725
KI3	1,000	5,000	-,910	-5,252	-,557	-1,607
KI4	1,000	5,000	-,702	-4,056	-,552	-1,593
KI5	1,000	5,000	-,883	-5,096	-,350	-1,009
KI6	1,000	5,000	-,896	-5,174	-,325	-,937
KI7	1,000	5,000	-,933	-5,388	-,430	-1,241
INP1	1,000	5,000	-,554	-3,196	-1,210	-3,494
INP2	1,000	5,000	-,692	-3,998	-,971	-2,803
INP3	1,000	5,000	-,656	-3,790	-,907	-2,618
INP4	1,000	5,000	-,949	-5,479	-,383	-1,106
INP5	1,000	5,000	-,741	-4,280	-,629	-1,814
INS1	1,000	5,000	-,680	-3,925	-,468	-1,350
INS2	1,000	5,000	-,734	-4,241	-,699	-2,017
INS3	1,000	5,000	-,675	-3,894	-,853	-2,464
INS4	1,000	5,000	-,849	-4,900	-,570	-1,644
INS5	1,000	5,000	-,876	-5,060	-,475	-1,372
INPM1	1,000	5,000	-,819	-4,726	-,346	-,999
INPM2	1,000	5,000	-,889	-5,132	-,667	-1,927
INPM3	1,000	5,000	-,653	-3,768	-,970	-2,800
INPM4	1,000	5,000	-,728	-4,204	-,815	-2,354

Variable	min	max	Skew	c.r.	kurtosis	c.r.
INPM5	1,000	5,000	-,951	-5,489	-,293	-,847
INO1	1,000	5,000	-,534	-3,083	-1,245	-3,595
INO2	1,000	5,000	-,650	-3,756	-1,064	-3,071
INO3	1,000	5,000	-,463	-2,672	-1,283	-3,703
INO4	1,000	5,000	-,629	-3,631	-1,158	-3,343
INO5	1,000	5,000	-,743	-4,288	-,746	-2,154
INO6	1,000	5,000	-,470	-2,712	-,966	-2,788
INO7	1,000	5,000	-,579	-3,344	-1,157	-3,340
INO8	1,000	5,000	-,464	-2,679	-1,241	-3,583
INO9	1,000	5,000	-,709	-4,093	-,898	-2,593
Multivariate					143,280	16,665

VI. LAMPIRAN UJI BOOTSTRAP

Tabel 4.15
Uji Bootstrapping

Bollen-Stine Bootstrap (Default model)

The model fit better in 37 bootstrap samples.

It fit about equally well in 0 bootstrap samples.

It fit worse or failed to fit in 163 bootstrap samples.

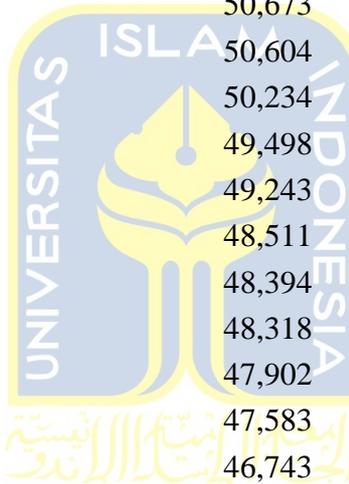
Testing the null hypothesis that the model is correct, Bollen-Stine bootstrap $p=,816$

VII. LAMPIRAN UJI OUTLIERS

Tabel 4.16
Outliers

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
183	75,926	,001	,000
32	69,044	,005	,000
11	68,283	,006	,000
90	66,885	,009	,000
188	65,267	,012	,000
86	63,539	,018	,000
74	61,801	,025	,002
200	61,534	,026	,001
186	61,450	,027	,000
184	61,340	,027	,000
156	61,080	,029	,000
187	60,455	,032	,000
148	59,479	,039	,000
131	59,232	,041	,000
75	59,118	,042	,000
43	58,552	,046	,000
22	58,411	,047	,000
82	58,197	,049	,000
53	57,905	,052	,000
14	57,780	,053	,000
153	57,409	,057	,000
100	56,394	,068	,000
48	56,007	,073	,000
44	55,842	,075	,000
192	55,143	,084	,001
16	55,134	,084	,000
28	54,807	,089	,000
103	54,793	,089	,000
144	54,663	,091	,000
8	54,650	,091	,000
180	54,557	,093	,000
150	53,926	,103	,000
87	53,907	,103	,000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
197	53,562	,109	,000
35	53,467	,110	,000
199	53,363	,112	,000
40	53,318	,113	,000
39	53,294	,114	,000
77	52,918	,120	,000
158	52,576	,127	,000
51	52,335	,132	,000
196	51,915	,140	,000
145	51,898	,141	,000
127	51,296	,154	,000
160	50,673	,169	,001
191	50,604	,170	,001
61	50,234	,179	,002
41	49,498	,199	,009
198	49,243	,206	,012
89	48,511	,227	,047
65	48,394	,231	,043
29	48,318	,233	,036
24	47,902	,246	,064
46	47,583	,256	,090
178	46,743	,284	,277
38	46,663	,287	,255
15	46,319	,299	,332
45	46,317	,299	,279
122	46,292	,300	,238
96	46,170	,304	,234
10	45,727	,320	,350
36	45,514	,328	,384
124	45,370	,333	,389
31	45,139	,342	,433
37	44,881	,352	,492
78	44,641	,361	,543
143	44,501	,367	,549
9	44,456	,369	,511
137	44,434	,370	,463



Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
47	44,248	,377	,491
164	44,230	,378	,442
20	44,110	,382	,440
56	43,901	,391	,480
1	43,783	,396	,478
181	43,674	,400	,472
70	43,527	,406	,484
175	43,072	,425	,640
195	42,906	,432	,661
21	42,839	,435	,639
71	42,740	,439	,629
80	42,666	,442	,610
106	42,477	,450	,643
49	42,411	,453	,619
101	42,399	,454	,570
125	42,373	,455	,526
194	42,217	,462	,545
154	42,020	,470	,585
189	41,975	,472	,551
193	41,643	,487	,654
190	41,470	,494	,680
135	41,377	,498	,671
23	41,137	,509	,726
30	40,712	,527	,839
34	40,601	,532	,839

VIII. LAMPIRAN UJI *GOODNESS OF FIT*

Tabel 4.17
Goodness of Fit Index

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Hasil</i>	<i>Cut Off Value</i>	<i>Kriteria</i>
<i>Chi-Square</i>	863,033	Diharapkan kecil df=815 adalah 695,913	Tidak Baik
Probability	0,118	$\geq 0,05$	Baik
RMSEA	0,017	$\leq 0,08$	Baik
GFI	0,822	$\geq 0,9$	Mendekati Baik
AGFI	0,803	$\geq 0,9$	Mendekati Baik
TLI	0,955	$\geq 0,90$	Baik
CFI	0,958	$\geq 0,90$	Baik

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	88	863,033	815	,118	1,059
Saturated model	903	,000	0		
Independence model	42	2000,257	861	,000	2,323

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,120	,822	,803	,742
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,276	,518	,495	,494

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,569	,544	,959	,955	,958
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,947	,538	,907
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	48,033	,000	122,476
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1139,257	1012,718	1273,471

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	4,337	,241	,000	,615
Saturated model	,000	,000	,000	,000
Independence model	10,052	5,725	5,089	6,399

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,017	,000	,027	1,000
Independence model	,082	,077	,086	,000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	1039,033	1087,546	1329,285	1417,285
Saturated model	1806,000	2303,808	4784,381	5687,381
Independence model	2084,257	2107,411	2222,786	2264,786

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	5,221	4,980	5,595	5,465
Saturated model	9,075	9,075	9,075	11,577
Independence model	10,474	9,838	11,148	10,590

HOELTER

Model	HOELTER - HOELTER	
	.05	.01
Default model	204	211
Independence model	93	96

Minimization: ,092

Miscellaneous: 5,707

Bootstrap: 5,947

Total: 11,746

