

**PENGARUH STRATEGI INOVASI TERHADAP KINERJA OPERASIONAL  
PERUSAHAAN PADA UKM DI YOGYAKARTA**

**JURNAL**



**Ditulis oleh :**

**Nama :** Siti Fitria Fahmila  
**Nomor Mahasiswa :** 14311538  
**Jurusan :** Manajemen  
**Bidang Kosentrasi :** Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2017/2018**

**PENGARUH STRATEGI INOVASI TERHADAP KINERJA OPERASIONAL  
PERUSAHAAN PADA UKM DI YOGYAKARTA**

**JURNAL**

**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 : Siti Fitria Fahmila**  
**NIM : 14311538**  
**Jurusan : Manajemen**  
**Bidang Konsentrasi : Operasional**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**T.A 2017/2018**

**Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Kinerja Operasional Perusahaan  
Pada UKM Batik Di Yogyakarta**



Yogyakarta, 15 Februari 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen pembimbing,

Siti Nurul Ngaini, Dra., MM

NIP: 833110202

## PENGARUH STRATEGI INOVASI TERHADAP KINERJA OPERASIONAL PERUSAHAAN PADA UKM DI YOGYAKARTA

Siti Fitria Fahmila<sup>1</sup>, Siti Nurul Ngaini, Dra., MM<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi,

[fitriafahmila@gmail.com](mailto:fitriafahmila@gmail.com), [s\\_nurul56@yahoo.com](mailto:s_nurul56@yahoo.com)

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Indonesia

### ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Kinerja Operasional Perusahaan pada UKM Di Yogyakarta”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh strategi inovasi yang mencakup orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk dan implementasi inovasi terhadap kinerja operasional pada UKM Batik di Yogyakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah UKM Batik di Yogyakarta dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden dengan proses pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa secara keseluruhan strategi inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional, kemudian secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan dari inovasi proses, inovasi produk dan implementasi inovasi terhadap kinerja operasional, namun hasil penelitian ini secara parsial mengindikasikan juga bahwa terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan pada orientasi kepemimpinan terhadap kinerja operasional.

**Kata Kunci:** Orientasi Kepemimpinan, Inovasi Proses, Inovasi Produk, Implementasi Inovasi, Kinerja Operasional.

### ABSTRACT

*This research with entitled "The Influence of Innovation Strategy on Operational Performance of Companies in SMEs In Yogyakarta". The purpose of this research is to find out the effect of innovation strategies that include leadership orientation, process innovation, product innovation and implementation of innovation on operational performance in SMEs Batik in Yogyakarta. Sample used in this research is SMEs Batik in Yogyakarta with 60 respondents and using purposive sampling method. This research using multiple linear regression analysis technique. The results of this research proved that overall innovation strategy has a positive effect on operational performance, then partially there are positive and significant influences of process innovation, product innovation and implementation of innovation to operational performance, but the results partially also indicate that there is positive with insignificant influence on leadership orientation on operational performance.*

**Keywords:** Leadership Orientation, Process Innovation, Product Innovation, Implementation of Innovation, Operational Performance.

## I. PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Pada zaman globalisasi yang tengah terjadi saat ini telah membawa perubahan pada lingkungan bisnis dan kompetisi yang semakin meningkat. Perusahaan dituntut untuk lebih proaktif dalam menanggapi keinginan konsumen yang semakin beragam akan produk yang memiliki kualitas lebih baik, sehingga setiap perusahaan harus memiliki standar keunggulan yang baik pula bagi setiap produk-produknya. Persaingan global dan peningkatan produktivitas menjadi isu penting apabila ingin mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*)

Salah satu perubahan yang dihadapi perusahaan adalah adanya perubahan teknologi. Perubahan teknologi merupakan salah satu hal yang menentukan daya saing bagi setiap perusahaan. Kemajuan teknologi membuat perusahaan harus berpikir untuk terus mengembangkan produk yang dihasilkan karena dengan kecanggihan teknologi akan meningkatkan tuntutan konsumen terhadap kemanfaatan suatu produk. Inovasi dan kreativitas sudah menjadi komponen penting sebagai sumber keunggulan daya saing suatu perusahaan. Persaingan yang semakin ketat dan kemajuan teknologi yang tidak dapat dihindari ini mengakibatkan suatu produk akan tumbuh berkembang sampai pada suatu titik, dimana produk akan sulit dibedakan antara satu dengan yang lain. Sehubungan dengan hal tersebut permasalahan ini juga dapat muncul pada usaha kecil menengah atau biasa disebut UKM karena masih belum efektifnya strategi yang diterapkan. Untuk menghadapi kondisi tersebut perlu dilakukan pula strategi yang lebih difokuskan agar menghasilkan suatu produk yang memiliki nilai unggul tersendiri. Sehingga kecepatan dalam merespon pertumbuhan inovasi yang berkaitan dengan teknologi dalam perusahaan menjadi sesuatu hal yang wajib diperlukan.

Usaha Kecil Menengah (UKM) sebagai salah satu prioritas pembangunan ekonomi di Indonesia. Kegiatan UKM merupakan salah satu bidang usaha yang dapat bertahan dan menjadi pemulih perekonomian di tengah keterpurukan akibat krisis moneter pada berbagai sektor ekonomi. Seperti yang diungkapkan oleh Mudradjad Kuncoro dalam Harian Bisnis Indonesia pada tanggal 21 Oktober 2008 mengemukakan bahwa UKM terbukti tahan terhadap krisis dan mampu survive karena, pertama, tidak memiliki utang luar negeri. Kedua, tidak banyak utang ke perbankan karena mereka dianggap unbankable. Ketiga, menggunakan input lokal. Keempat, berorientasi ekspor. Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dalam membangun perekonomian suatu negara ataupun daerah, tidak terkecuali di Indonesia. Usaha kecil menengah menjadi salah satu prioritas dalam agenda pembangunan di Indonesia hal ini terbukti dari bertahannya sektor UKM saat terjadi krisis hebat tahun 1998. Apabila UKM mampu menciptakan inovasi, mereka harus mampu menyusun strategi bisnis agar dapat digunakan sebagai alat untuk menghadapi persaingan, untuk itu UKM dituntut kemampuannya dalam mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan bisnisnya yaitu dengan penerapan strategi inovasi.. Maka dari itu pelaku UKM harus mampu berpikir secara kreatif dan inovatif dalam era globalisasi seperti saat ini. Kelambanan dalam mengantisipasi perubahan pasar akan berdampak pada ketertinggalan perusahaan yang semakin besar dan mengganggu kegiatan operasionalisasi. Sehingga membangun dan mengembangkan strategi inovasi dalam bersaing mampu meningkatkan keberhasilan dan pencapaian tujuan perusahaan yang lebih baik.

Penelitian yang dilakukan pada bidang strategi inovasi adalah area penelitian yang dapat berkembang terus-menerus secara dinamis dan berdampak munculnya ide-ide baru yang memiliki potensi untuk diteliti. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, UKM memang dapat dijadikan andalan pembangunan ekonomi di Indonesia untuk masa yang akan datang dan harus didukung dengan kebijakan-kebijakan yang mendukung seperti penerapan strategi inovasi yang dapat berdampak positif pada kinerja operasional perusahaan. Maka penelitian

ini bermaksud untuk menguji kembali apakah hasilnya akan serupa atau tidak. Oleh karena itu penulis termotivasi untuk mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh strategi inovasi terhadap kinerja operasional pada UKM di Yogyakarta”.

## **2. Rumusan Masalah**

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

1. Apakah strategi inovasi secara keseluruhan berpengaruh terhadap kinerja operasional pada usaha kecil menengah (UKM) di Yogyakarta?
2. Apakah orientasi kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja operasional pada usaha kecil menengah (UKM) di Yogyakarta?
3. Apakah inovasi proses berpengaruh terhadap kinerja operasional pada usaha kecil menengah (UKM) di Yogyakarta?
4. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja operasional pada usaha kecil menengah (UKM) di Yogyakarta?
5. Apakah implementasi inovasi berpengaruh terhadap kinerja operasional pada usaha kecil menengah (UKM) di Yogyakarta?

## **3. Tujuan Penelitian**

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

1. Menganalisis pengaruh strategi inovasi secara keseluruhan terhadap kinerja operasional pada usaha kecil menengah (UKM) di Yogyakarta.
2. Menganalisis pengaruh orientasi kepemimpinan terhadap kinerja operasional pada usaha kecil menengah (UKM) di Yogyakarta.
3. Menganalisis pengaruh inovasi proses terhadap kinerja operasional pada usaha kecil menengah (UKM) di Yogyakarta.
4. Menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap kinerja operasional pada usaha kecil menengah (UKM) di Yogyakarta.
5. Menganalisis implementasi inovasi terhadap kinerja operasional pada usaha kecil menengah (UKM) di Yogyakarta.

## **4. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian skripsi ini diantaranya:

1. Bagi penulis  
Hasil penelitian ini sebagai sarana untuk menambah ilmu pengetahuan, memberi wawasan serta mampu menerapkan teori yang diperoleh selama perkuliahan dalam melakukan praktik nyata nya.
2. Bagi akademisi  
Hasil penelitian ini dapat memberikan suatu pengertian yang luas tentang strategi inovasi dan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya tentang strategi inovasi terhadap kinerja operasional pada usaha kecil menengah di Yogyakarta.
3. Bagi pihak lain

Sebagai sumber informasi dan refrensi yang bermanfaat bagi para peneliti selanjutnya dalam bidang manajemn operasional perusahaan.

## II. URAIAN PENELITIAN

### Strategi Inovasi

Strategi inovasi adalah sebagai suatu cara untuk melakukan perubahan atau pembaharuan-pembaharuan baru dalam rangka mencapai tujuan organisasi dan perusahaan (Robertson 2002). Strategi inovasi dapat mendorong kinerja karena strategi inovasi yang mencakup empat dimensi yaitu orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, implementasi inovasi merupakan aspek penting yang bisa memberikan nilai tambah pada daya saing perusahaan. Setiap organisasi tentu dituntut untuk melakukan inovasi agar mampu memberikan kinerja yang baik dan mampu menyesuaikan perubahan lingkungan eksternal yang kompetitif.

### Komponen Strategi Inovasi

#### Orientasi Kepemimpinan (X1)

Orientasi kepemimpinan adalah kondisi dimana perusahaan mengarahkan menjadi sebagai yang pertama kali memasuki pasar (*first-to-the-market*), perusahaan sebagai pemain kedua yang memasuki pasar (*second-to-the-market*) atau pemain yang terakhir (*late-entrant*) sebagai ciri imitator dalam aktivitas inovasi. Kepemimpinan harus memastikan bahwa inovasi adalah suatu bagian integral mentalitas bisnis perusahaan. Tentu saja, kultur inovasi suatu perusahaan adalah penting dan menjadi bagian dari mentalitas bisnis. Kepemimpinan kadang-kadang meliputi suatu penilaian iklim inovasi untuk menentukan persepsi karyawan seberapa baik inovasi dapat ditargetkan pada bisnis karena pemahaman persepsi inovasi yang berlawanan dengan tujuan perusahaan dan norma-norma serta budaya yang berhubungan dengan inovasi dapat menjadi rintangan ke inovasi itu sendiri. Indikator orientasi kepemimpinan adalah Memiliki target pasar yang luas, Mempertahankan keunggulan produk di pasar, Mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen, Menciptakan inovasi dengan diferensiasi pada produk atau jasa, Menawarkan produk dengan harga yang bersaing, Mampu menghadapi pesaing pasar.

#### Inovasi Proses (X2)

Inovasi proses adalah proses peningkatan atau pembaharuan metode produksi yang akan mendorong pengurangan dalam unit biaya produksi. Inovasi-inovasi proses menekankan pada metode-metode baru dalam pengoperasian dengan cara membuat teknologi baru atau mengembangkan teknologi yang sudah ada. Sehingga dengan adanya inovasi proses yang lebih di susun dengan baik akan menghasilkan suatu produk yang memiliki nilai unggul dengan keunikannya, dapat mempersingkat waktu kerja dengan didorongnya penggunaan teknologi yang lebih memadai untuk menciptakan produk sesuai dengan permintaan konsumen hal ini tentu dapat mengefisiensi biaya karena semakin minimnya biaya simpan suatu produk. Indikator inovasi proses adalah Pengembangan metode proses produksi, Penambahan proses layanan baru, Melakukan perbaikan proses produksi, Memiliki fasilitas yang baik untuk proses produksi, Pengembangan kualitas dan proses bisnis, Pengoptimalan proses produksi.

#### Inovasi Produk (X3)

Inovasi produk sebagai proses memperkenalkan teknologi baru yang dapat di jadikan sebagai alat untuk memperoleh keuntungan bagi perusahaan. Jenis inovasi ini mencerminkan perubahan dalam produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan di pasar. Dalam hal ini, produk atau jasa harus diperbaharui secara berkala agar dapat memperkuat posisinya di pasar. Inovasi Produk dan jasa terus meningkat dalam hal pembedaan untuk memenuhi kebutuhan tertentu para pemakai spesifik. Inovasi Produk dan jasa juga mempengaruhi mutu produk dan

jasa, tetapi mempunyai suatu efek lebih besar pada reputasi (gambaran merek) dan nilai atau inovatif (Tidd et al. 2005). Indikator variabel ini adalah Menciptakan ide inovatif pada produk, Modifikasi produk-produk lama, Menyediakan produk baru di pasar, Penetapan harga produk.

#### **Implementasi Inovasi (X4)**

Implementasi inovasi merupakan keputusan yang dibuat oleh manajer senior suatu organisasi yang akan menggunakan inovasi dalam pekerjaannya. Tujuan fundamental dari implementasi inovasi adalah mengubah perilaku individu dalam organisasi (anggota organisasi) dengan mendukung dan berusaha menuju perubahan budaya yang harus berasal dari puncak organisasi. Syarat ideal untuk keberhasilan implementasi inovasi adalah karyawan menjadi terampil, konsisten dan bertanggung jawab dalam penggunaan inovasi. Klein dan Sorra (1996) mengatakan bahwa implementasi inovasi jika efektif akan dapat meningkatkan kinerja organisasi. Sehingga penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan kegiatan inovasinya, suatu organisasi sebaiknya didukung dengan inovasi proses dalam proses produksinya serta bagaimana para karyawan mampu mengimplementasikan inovasi tersebut dalam meningkatkan kinerja organisasi. Indikator implementasi inovasi adalah Strategi inovasi dalam perusahaan, Penerapan budaya yang baik, Kemampuan dalam pemanfaatan teknologi baru.

#### **Kinerja Operasional (Y)**

Kinerja operasional adalah tolak ukur keberhasilan perusahaan dalam hal operasional produksi perusahaan. Pengukuran kinerja operasional diukur melalui beberapa indikator pengukuran yaitu Tingkat kinerja, Tingkat kesalahan produksi, Teknologi yang memadai dan Ketepatan produk sampai ke konsumen. Tingkat produktivitas merupakan perbandingan antara output dan input perusahaan. tingkat produk dihitung melalui jumlah produk cacat yang dihasilkan perusahaan setiap tingkat volume produksi tertentu. Ketepatan waktu merupakan tingkat ketepatan waktu produk yang dihasilkan perusahaan sampai ketangan konsumen.

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti yaitu metode angket (kuisisioner). Metode pengambilan sample dilakukan dengan cara kuesioner yaitu teknik pengumpulan data melalui daftar pertanyaan yang mencakup semua pertanyaan dan pertanyaan yang akan digunakan bisa melalui telepon, surat ataupun tatap muka. Pertanyaan yang diajukan pada responden harus jelas dan tidak meragukan responden. Dalam melakukan penyebaran kuesioner untuk mengukur persepsi responden digunakan Skala Likert yang dikembangkan oleh Rensis Likert.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama sebagai sampel dimana salah satu teknik *non probabillity sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *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. Pengolahan data dari penelitian yang dilakukan menggunakan alat analisis berupa aplikasi sistem pengolahan data SPSS versi 22 Untuk mengetahui hubungan antar variabel yang dihasilkan dari data penelitian yang telah diolah.

#### IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

##### Uji Validitas

Nilai  $r_{hitung}$  dari semua item pada validitas  $> r_{tabel}$ , maka butir-butir instrumen penelitian tersebut dinyatakan valid. Sehingga semua butir instrumen pertanyaan yang berhubungan dengan variabel orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, implementasi inovasi, dan kinerja operasional dinyatakan valid sehingga pertanyaan-pertanyaan yang tertuang dalam angket penelitian dapat digunakan dalam penelitian.

##### Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai Cronbach's *Alpha* dan *composite reliability* instrumen dari masing-masing variabel yang diuji. Apabila nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih besar dari 0,60, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan *reliable*. Jika nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih kecil 0,60, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan tidak *reliable*.

##### Koefisien Determinasi Berganda

Nilai R sebesar 0,837 menunjukkan bahwa variabel orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, dan implementasi inovasi secara bersama-sama berkorelasi sebesar 83,7% terhadap kinerja operasional.

Nilai *adjusted R square* ( $R^2$ ) sebesar 0.679 menunjukkan bahwa besarnya peran atau kontribusi variabel orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, dan implementasi inovasi mampu menjelaskan variabel kinerja operasional sebesar 67,9% sedangkan sisanya 32,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar keempat variabel diatas.

##### Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat ditunjukkan pada Tabel 4.1 sebagai berikut:

TABEL 4.1  
Hasil Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	258,729	4	64,682	32,189	,000 <sup>b</sup>
Residual	110,521	55	2,009		
Total	369,250	59			

a. Dependent Variable: Kinerja\_operasional

b. Predictors: (Constant), Implementasi\_inovasi, OrientasiKepemimpinan, Inovasi\_produk, Inovasi\_proses

Sumber : Hasil Olah Data, 2018

Dari tabel diatas dapat di uji hipotesis sebagai berikut:

H0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, implementasi inovasi terhadap kinerja operasional

H1: Terdapat pengaruh yang signifikan dari orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, implementasi inovasi terhadap kinerja operasional

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel di atas, diperoleh nilai p-value hasil uji F sebesar 0.000. Dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,000 < 0,05$ ), maka Ho ditolak; yang berarti orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, implementasi inovasi ada pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional.

### Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hasil uji t-test dapat ditunjukkan pada Tabel berikut:

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,334	3,560		-,094	,926
1					
OrientasiKepemimpinan	,000	,118	,000	,003	,998
Inovasi_proses	,304	,101	,294	3,008	,004
Inovasi_produk	,607	,114	,484	5,343	,000
Implementasi_inovasi	,447	,137	,283	3,265	,002

a. Dependent Variable: Kinerja\_operasional

Sumber : Hasil olah data, 2018

Dari tabel diatas dapat di uji hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh Orientasi Kepemimpinan terhadap Kinerja Operasional

H<sub>0</sub> :b1 = 0 Tidak ada pengaruh yang signifikan dari orientasi kepemimpinan terhadap kinerja operasional

H<sub>1</sub>: b1 ≠ 0 ada pengaruh yang signifikan dari orientasi kepemimpinan terhadap kinerja operasional

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel diatas, diperoleh nilai p-value hasil uji-t dari variabel orientasi kepemimpinan sebesar 0,998. Dikarenakan nilai *p-value* lebih besar dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau (0,998 > 0,05), maka H<sub>0</sub> diterima ; yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari orientasi kepemimpinan terhadap kinerja operasional.

2. Pengaruh Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasional

H<sub>0</sub> :b1 = 0 Tidak ada pengaruh yang signifikan dari inovasi proses terhadap kinerja operasional

H<sub>1</sub>: b1 ≠ 0 ada pengaruh yang signifikan dari inovasi proses terhadap kinerja operasional

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel diatas, diperoleh nilai p-value hasil uji-t dari variabel inovasi proses sebesar 0,004. Dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau (0,004 < 0,05), maka H<sub>1</sub> diterima ; yang berarti ada pengaruh yang signifikan dari inovasi proses terhadap kinerja operasional.

3. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional

H<sub>0</sub> :b1 = 0 Tidak ada pengaruh yang signifikan dari inovasi produk terhadap kinerja operasional

H<sub>1</sub>: b1 ≠ 0 ada pengaruh yang signifikan dari inovasi produk terhadap kinerja operasional

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel diatas, diperoleh nilai p-value hasil uji-t dari variabel inovasi produk sebesar 0,000. Dikarenakan nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau (0,000 < 0,05), maka H<sub>1</sub> diterima ; yang berarti ada pengaruh yang signifikan dari inovasi produk terhadap kinerja operasional.

4. Pengaruh Implementasi Inovasi terhadap Kinerja Operasional

$H_0: b_1 = 0$  Tidak ada pengaruh yang signifikan dari implementasi inovasi terhadap kinerja operasional

$H_1: b_1 \neq 0$  ada pengaruh yang signifikan dari implementasi inovasi terhadap kinerja operasional

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel diatas, diperoleh nilai  $p$ -value hasil uji-t dari variabel implementasi inovasi sebesar 0,002. Dikarenakan nilai  $p$ -value lebih kecil dari tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau ( $0,002 < 0,05$ ), maka  $H_1$  diterima ; yang berarti ada pengaruh yang signifikan dari implementasi inovasi terhadap kinerja operasional.

## V. PENUTUP

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan strategi inovasi terhadap kinerja operasional, hal ini dibuktikan dari hasil uji-F pada variabel strategi inovasi terhadap kinerja operasional dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dari nilai tersebut, dapat mengindikasikan bahwa strategi inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional.
2. Terdapat pengaruh orientasi kepemimpinan terhadap kinerja operasional tetapi tidak signifikan, hal ini dibuktikan dari hasil uji-t pada variabel orientasi kepemimpinan kinerja operasional dengan signifikansi sebesar  $0,998 > 0,05$ . Dari nilai tersebut, dapat mengindikasikan bahwa orientasi kepemimpinan berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kinerja operasional.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan inovasi proses terhadap kinerja operasional, hal ini dibuktikan dari hasil uji-t pada inovasi proses terhadap kinerja operasional dengan signifikansi sebesar  $0,004 < 0,05$ . Dari nilai tersebut, dapat mengindikasikan bahwa inovasi proses berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan inovasi produk terhadap kinerja operasional, hal ini dibuktikan dari hasil uji-t pada inovasi produk terhadap kinerja operasional dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dari nilai tersebut, dapat mengindikasikan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan implementasi inovasi terhadap kinerja operasional, hal ini dibuktikan dari hasil uji-t pada implementasi inovasi terhadap kinerja operasional dengan signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$ . Dari nilai tersebut, dapat mengindikasikan bahwa implementasi inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional.

### 2. SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas maka dapat disarankan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis diperoleh semua variable penelitian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional kecuali orientasi kepemimpinan, sehingga dapat disarankan agar pihak UKM Batik dapat lebih memperhatikan variabel orientasi kepemimpinan untuk meningkatkan kinerja operasional UKM Batik di Yogyakarta.
2. Berdasarkan nilai koefisien determinasi secara keseluruhan diperoleh pengaruh variabel orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, dan implementasi inovasi mampu menjelaskan dan memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel kinerja operasional UKM Batik di Yogyakarta. Namun masih terdapat variabel-variabel lain yang memberikan kontribusi atau peranan terhadap kinerja operasional diluar keempat variabel di atas, dengan demikian dapat disarankan untuk penelitian selanjutnya peneliti bisa menemukan dan mengukur variabel-variabel lain diluar keempat variabel yang telah diteliti, guna meningkatkan kinerja operasional UKM batik yang dapat meningkatkan volume penjualan.

## Daftar Pustaka

- Alifuddin, Moh. dan Razak, Mashur. (2015). *Kewirausahaan Teori dan Aplikasi, Strategi Membangun Kerajaan Bisnis*. Jakarta: MAGNAScript Publishing.
- Baldwin, J.R., *The Importance of Research and d\Development for Innovation in Small and Large Canadian Manufacturing Firms*, Paper No. 107, 11F0019MPE No. 107, ISSN: 1200-5223, ISBN: 0-660-17140-6, Statistics Canada, 24B, R.H., Coats Building Ottawa, K1A 0T6.
- Damanpour, Fariborz, (1991), "Organizational Inovation: A Meta Analysis of Efect of Determinants and Moderators", *Academy of Management of Journal* 34(3).
- Davilla, T., M.J. epstein, and Shelton (2006), *Making Innovation Work*. Upper SaddleRiver, New jersey. Pearson Education Inc.
- Elitan, Lena. 2006. *Strategi Inovasi Dan Kinerja Perusahaan Manufaktur Di Indonesia: Pendekatan Model Simultan dan Model Sekuensial*. *Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No. 1.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herlambang, Chandra, 2009, *Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Kinerja Operasional pada UKM Tahu di Kelurahan Tidar Selatan Kecamatan Magelang Selatan, Kota Magelang*. Skripsi, Fakultas Ekonomi, Manajemen, Universitas Islam Indonesia.
- Klein Katherine, J and Sorra Joann Specer, 1996, *The Challenge of Innovation Implementation*, *Academy of Management Review*, pp, 1055-1077.
- Kotler, Philip. (1987). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Indonesia. Erlangga, Jakarta.
- 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.
- Malhotra, Naresha K. (2006). *Marketing Research: An Applied Orientation* (5th Edition). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

- Moehariono. 2012. Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mulyadi, 1993, Akuntansi Manajemen 3: *Proses Pengendalian Manajemen*, Edisi Kesatu, Yogyakarta: STIE YKPN.
- Perwiranegara, Abdul Haris. 2015. *Pengaruh Orientasi Kepemimpinan Pasar dan Strategi Inovasi terhadap Kinerja UKM (Studi pada UKM Kerajinan Bubut Kayu Kota Blitar)*. Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol 13, No. 1.
- Porter, Michael E. 1998. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
- Rata, B.M., Sandulli, F.D., Sanchez, J.I.L., Menendez, J.F., *Product Innovation: An Empirical Study into The Impact of Simultaneous Engineering on New Product Quality*, POMS 22<sup>nd</sup>, ANNUAL CONFERENCE, RENO, NEVADA, U.S.A., April 29 to May 2, 2011.
- Read, A, 2000, *Determinant of Successful Organizational Innovation: A Review of Current Research*. Journal of Management Practice, Vol. 3 (1), pp, 95-119.
- Robertson, S. T., 2002, *The Process of Innovation and the Diffusion of Innovation*. Journal of Marketing, Vol. 21, Januari, pp, 14-19.
- Schroeder, R. G, Anderson, J.C., and Cleveland, G. 1986. *The Content of Manufacturing Strategy*. Journal of Operation Management, 6, 4, pp, 367-387.
- Sekaran, Uma, 2003, *Research Methods for Business, A Skill Building Approach, 3th edition*. Canada: John Wiley & Sons.
- Soleh, Mohamad, 2008, *Analisis Strategi Inovasi dan Dampaknya Terhadap kinerja Perusahaan (Studi Kasus : UKM Manufaktur di Kota Semarang)*. Tesis, Program Pasca Sarjana Undip, Semarang.
- Salenussa, Stenly, 2008, *Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Kinerja Operasional Perusahaan (Studi Kasus Pada PT. AOI WAISARISSA)*. Vol. II, No. 2.
- Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

- 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.
- Thurow, I, C, (1992) *Head to Head ; the Coming Economic battle among Japan, Europe and America*. New york ; William Morrow and Company Inc.
- Tidd, J., J. Besant and k. Pavitt (2005), *Managing Innovations Integrating Technological, market and Organiztional Change* (3rd. Ed) the atrium, Southern Gate, Chichester, England : Jhon Wiley and Sons.
- Utterback, J.M., 1994, *Mastering The Dynamics of Innovation: How Companies Can Seize Opportunities in The Faced of Technological Change Boston*. Harvard Business School Press.
- Yüzbaşıoğlu, Nedim., Pinar, C., Yunus, T., *A research on innovation in small and medium-sized enterprises in tourism industry: case of travel agencies operating in Antalya*, Journal of Procedia Social and Behavioral Sciences.
- Zahra, S. A. And Das, S. R. 1993. *Innovation Strategy and Financial Perfomance in Manufacturing Companies: An Empirical Study*, *Production and Operation Management*, 2, 1, pp, 15-37.