

**PERAN KAPABILITAS INOVASI TERHADAP PERBAIKAN PRODUK
USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DENGAN TEKANAN LINGKUNGAN
DAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi pada UKM di Kabupaten Purbalingga)**

Oleh :

Oleh : Eko Yanuarto¹⁾, Rahab²⁾, Untung Kumorohadi³⁾
^{1) 2) 3)} Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman

ABSTRACT

This study aims to investigate the effect of innovation capability on product improvement and to test the moderating effect of environmental hostility and firm size on the relationship between innovation capability and product improvement.

Respondents of this study include the businesspeople of small and medium enterprises in manufacturing sector in Purbalingga Regency, totaling 92 enterprises selected by purposive sampling. The analysis tool to test the hypotheses was Partial Least Square (PLS) using SmartPLS 2.0 software.

The results show that innovation capability has a significant direct effect on product improvement, whereas environmental hostility and firm size do not moderate the relationship between innovation capability and product improvement.

The results imply that the business people of small and medium enterprises should pay special attention to their firm's capability to generate breakthroughs in order to improve product quality leading to business survival.

Key words: Innovation capability, Product improvement, Environmental hostility, Firm size.

PENDAHULUAN

Persaingan yang semakin ketat menuntut masing-masing UKM harus selalu melakukan yang terbaik dalam setiap kegiatannya, termasuk dalam hal kualitas produk yang dihasilkannya. Agar tetap *survive*, produknya harus bisa diterima konsumen. Produk yang dihasilkan UKM harus mempunyai keunggulan tersendiri agar bisa diterima dengan baik oleh konsumen. Produk yang dihasilkan harus bisa dijamin kualitasnya. Agar bisa diterima konsumen dari waktu ke waktu, dibutuhkan adanya perbaikan kualitas produk yang berkesinambungan.

Perbaikan produk dapat ditempuh dengan cara melakukan inovasi. Verhess dan Meulenberg (2004) menemukan bahwa inovasi mempunyai pengaruh yang kuat dalam meningkatkan kinerja UKM. Kinerja dari UKM sering direpresentasikan dengan indikator pertumbuhan dan profitabilitas dari UKM tersebut (Venkrataman dan Ramanujam, 1987). Qian dan Li (2003) juga menemukan hal yang hampir sama dalam kinerja pertumbuhan UKM yang dipengaruhi oleh adanya proses inovasi produk yang dihasilkan UKM. Pertumbuhan dan

profitabilitas UKM bisa ditempuh jika penjualan produknya bisa stabil. Penjualan itu sendiri bisa terjadi jika produk yang dihasilkan mempunyai kualitas yang dibutuhkan oleh konsumen. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan kualitas produk secara berkesinambungan untuk menunjang semua itu.

Drucker (1994) mengemukakan bahwa inovasi itu adalah tindakan yang memberi sumberdaya kekuatan dan kemampuan baru untuk menciptakan kesejahteraan. Pada umumnya, ditemukan hubungan yang kuat antara inovasi dengan kinerja perusahaan serta mempunyai hubungan yang positif dan berhubungan secara langsung.

Perusahaan yang bisa melakukan inovasi untuk perbaikan produknya bisa mendongkrak performa perusahaan menjadi lebih baik dari sebelumnya. Inovasi juga mempunyai arti yang penting dalam hal mempertahankan dan menaikkan kinerja perusahaan, bukan hanya untuk pertumbuhan perusahaan, tetapi juga untuk menghadapi intensitas persaingan dengan perusahaan yang menjadi lawannya serta lingkungan yang tidak bisa diprediksi secara pasti (Han, Kim, dan

Srivastava, 1998). Deshpande, Farley, dan Webster dalam Han, Kim, dan Srivastava (1998) juga menemukan peranan penting inovasi dalam manifestasi orientasi pasar. Orientasi pasar bisa sukses jika ditunjang dengan adanya perbaikan produk yang dihasilkan perusahaan, dimana perbaikan itu diawali dengan adanya inovasi dalam meningkatkan kualitasnya. Han, Kim, dan Srivastava (1998) menemukan peranan turbulensi

lingkungan dan teknologi yang memoderasi pengaruh market orientasi terhadap kinerja perusahaan, dimana didalamnya dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam melakukan inovasi untuk perbaikan produknya.

Romijn dan Albaladejo dalam Rahab *et al.* (2009) menyatakan bahwa kapabilitas inovasi adalah kemampuan suatu organisasi untuk melakukan pengembangan dan modifikasi pada produk dan teknologi yang dimilikinya atau untuk menciptakan produk dan teknologi yang baru. Kapabilitas inovasi mempunyai pengaruh yang penting terhadap perusahaan dalam melakukan terobosan-terobosan baru untuk meningkatkan kinerja perusahaanya.

Baldwin *et al.* (2000) menyatakan bahwa membangun kapabilitas inovasi bukanlah persoalan yang mudah dan membutuhkan pengembangan kapabilitas dalam sejumlah area dan sumber daya yang berbeda, yang memungkinkan perusahaan untuk melakukan pengembangan pada kapabilitas yang belum dimiliki perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan perhatian yang lebih intensif dari UKM untuk mengelola kapabilitas perusahaan masing-masing dalam menciptakan inovasi.

Sementara itu, Lau, Man, and Chow (2004) mengatakan bahwa perusahaan akan mengambil tindakan yang proaktif apabila perusahaan menghadapi lingkungan yang berisiko, dengan tujuan untuk mengurangi dampak tekanan lingkungan yang negatif. Tekanan lingkungan akan mempengaruhi kebijakan yang diambil perusahaan, termasuk dalam hal inovasinya. Tekanan lingkungan

menjadi variabel moderasi karena tekanan lingkungan yang sulit diprediksi dan tidak bisa dikendalikan perusahaan secara langsung.

Baldwin *et al.* (2000) menemukan adanya perbedaan kapabilitas inovatif pada perusahaan besar dan kecil. Ukuran perusahaan ini mempengaruhi kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan inovasinya. Perusahaan besar dianggap lebih inovatif karena mempunyai kemudahan dalam mengakses dana untuk melakukan proses inovasi.

Dari uraian tersebut, maka penulis tertarik dan berminat untuk melakukan penelitian tentang peran kapabilitas inovasi UKM terhadap perbaikan produk UKM dengan tekanan lingkungan dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi, di Kabupaten Purbalingga.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kapabilitas Inovasi

Kunci utama dari kesuksesan sebuah produk di pasar adalah *perpetual* dan *pervasive innovation*. *Perpetual* berarti inovasi yang berlangsung secara terus menerus tanpa batas waktu, sedangkan *pervasive innovation* adalah inovasi yang meresap di setiap sisi perusahaan, dimana saja, kapan saja, dan oleh siapa saja. Seolah inovasi adalah nafasnya perusahaan, oleh karena itu diperlukan kapabilitas yang akan membantu perusahaan dalam menghasilkan sebuah inovasi produknya.

Inovasi adalah setiap ide, praktek atau benda-benda material hasil kecerdasan manusia yang dirasakan baru oleh unit yang relevan

mengadopsinya (Slappendel, 1996 dalam Rahab et al. 2009).

Kapabilitas inovasi diartikan sebagai kemampuan suatu organisasi untuk melakukan pengembangan dan modifikasi pada produk dan teknologi yang dimilikinya, atau menciptakan produk dan teknologi yang baru (Romijn dan Albaladejo, 1999 dalam Rahab et al. 2009).

Sulistiyohadi dalam Rahab et al. (2009) menyebutkan ada tujuh faktor pendukung dalam membangun kapabilitas inovasi suatu perusahaan, yaitu: kapabilitas sumber daya manusia, penggunaan teknologi, interaksi dengan pihak luar, kapabilitas pemasaran, pengembangan produk baru, kapabilitas produksi dan operasi, serta riset dan pengembangan.

Berdasarkan tipenya, UKM dikarakteristikan sebagai suatu usaha yang mempunyai keterbatasan sumberdaya ketika diperbandingkan dengan usaha/perusahaan besar. Keterbatasan berkaitan dengan dukungan sumberdaya pada UKM dapat dikompensasikan oleh berbagai kelebihan yang dimiliki oleh UKM antara lain fleksibilitas, kegesitan, dan kemampuan dalam menciptakan inovasi (Acs dan Yeung, 1999, Qian dan Li, 2003). Kemampuan menciptakan inovasi pada UKM secara umum diwujudkan dalam bentuk modifikasi produk (Verhees dan Meulenberg, 2004). Romano (1999) menyatakan bahwa faktor pendorong internal pertumbuhan inovasi UKM meliputi teknologi, riset dan pengembangan dan kemampuan untuk menghasilkan hambatan persaingan dalam pasar produk perusahaannya. Kemampuan untuk berinovasi dan beradaptasi

dengan teknologi baru untuk membuat modifikasi produk kemungkinan karena adanya kreativitas dan keinovasian yang dimiliki tenaga kerjanya (Acs dan Yeung, 1999). Sulistiyohadi dalam Rahab et al. (2009) menemukan pola yang berbeda pada pengusaha tas dan pengusaha koper dalam membangun kapabilitas inovasi perusahaannya yang mendukung terciptanya peningkatan kualitas produk yang dihasilkan perusahaan.

Berdasarkan studi tersebut, maka diduga kapabilitas inovasi berpengaruh secara positif terhadap perbaikan produk.

Hipotesis 1: Kapabilitas inovasi berpengaruh secara positif terhadap perbaikan produk.

Tekanan Lingkungan

Tekanan lingkungan (*environmental hostility*) sering diasosiasikan dengan lingkungan eksternal perusahaan yang tidak bisa diprediksi, tidak stabil dan tidak menguntungkan bagi perusahaan. Lingkungan eksternal terdiri atas unsur-unsur yang berada di luar organisasi, dimana unsur-unsur ini tidak dapat dikendalikan tetapi akan mempengaruhi perusahaan dalam proses pengambilan keputusan. Unsur-unsur lingkungan eksternal organisasi tersebut adalah perubahan perekonomian, peraturan pemerintah, perilaku konsumen atau masyarakat (sosial dan budaya), perkembangan teknologi, politik dan hukum.

Lingkungan eksternal mempunyai pengaruh terhadap aktivitas perusahaan baik secara langsung (mikro) maupun pengaruh tidak langsung (makro). Tekanan lingkungan

merupakan variable-variabel yang berupa tekanan umum dan tren di dalam lingkungan societal ataupun faktor-faktor spesifik yang beroperasi di dalam lingkungan kerja (industri) organisasi. Menurut Lau, Man, and Chow, (2004) perusahaan akan mengambil tindakan yang proaktif apabila perusahaan menghadapi lingkungan yang berisiko, dengan tujuan untuk mengurangi dampak tekanan lingkungan yang negatif.

Dalam merespon lingkungan yang kurang bersahabat terhadap perusahaan, perusahaan bisa melakukan *supplier intelligence* dan *customer market intelligence* (Verhees dan Meulenbergh, 2004). Fleksibilitas organisasi dalam melakukan inovasi, proaktif dan mengambil tindakan yang berisiko bisa mengurangi dampak lingkungan yang kurang bersahabat tersebut (*Environmental hostility*) (Lau, Man, and Chow, 2004). Dalam hal ini manajer UKM cenderung bersikap lebih proaktif dalam melakukan penciptaan produk baru dan penyempurnaan produk ketika menghadapi lingkungan yang kurang bersahabat (Covin and Covin, 1990). Sedangkan Han, Kim, dan Srivastava (1998) menemukan peranan turbulensi lingkungan yang memoderasi hubungan inovasi terhadap performa perusahaan.

Berdasarkan studi tersebut, maka diduga tekanan lingkungan berpengaruh memoderasi hubungan kapabilitas inovasi terhadap perbaikan produk.

Hipotesis 2: Tekanan Lingkungan memoderasi hubungan inovasi dengan perbaikan produk.

Ukuran Perusahaan

Menurut tipenya, UKM dikarakteristikan sebagai suatu usaha yang mempunyai keterbatasan dalam kaitannya sumberdaya yang dimiliki dibandingkan perusahaan besar. Perusahaan besar memiliki sumberdaya yang lebih besar dan lebih lengkap dibandingkan UKM untuk mengatasi terjadinya perubahan daur hidup perusahaan (Miller dan Friesen, 1984). Zahra dan George (2000) menemukan perbedaan yang signifikan dalam strategi manufaktur antara corporate dan independen venture (CV)/perusahaan pribadi di industri bioteknologi. Banyak perbedaan yang berkaitan secara langsung pada ketersediaan dukungan sumberdaya yang berbeda pada corporate dan CV. Korporasi dapat menggunakan sumberdaya yang dimilikinya kapan pun dibutuhkan dari perusahaan induknya sedangkan UKM tidak dapat melakukannya. McDougall, Deane, dan D'Souza dalam Rahab et al. (2009) melaporkan hasil riset yang sama dengan yang dikemukakan oleh Zahra dan George, yang dilakukan pada perusahaan perlengkapan telekomunikasi dan komputer.

Baldwin, Hanel, dan Sabourin dalam Rahab et al. (2009) menemukan bahwa perusahaan yang lebih besar akan lebih inovatif dibandingkan perusahaan yang kecil, karena memiliki kemudahan lebih pada akses pembiayaan, dapat menyebarkan biaya tetap inovasi pada volume penjualan yang lebih besar, manfaat yang diperoleh dari *economies of scope*, dan saling melengkapinya antara aktivitas riset dan pengembangan dengan aktivitas-aktivitas lainnya.

Dalam penelitian lainnya, Baldwin dalam Rahab et al. (2009) menemukan sebuah keunikan yaitu aktivitas inovasi yang dipengaruhi oleh asset perusahaan. Aktivitas tersebut justru lebih intens terjadi pada perusahaan skala kecil dan menengah. Hal tersebut berdasarkan pada kenyataan bahwa perusahaan skala kecil mempunyai keunggulan kompetitif yang terkait dengan rampingnya struktur organisasi, kedekatan dengan konsumen, kedekatan dengan supplier, kecepatan dalam pengambilan keputusan, struktur administratif yang sederhana, dan fleksibilitas dalam operasi.

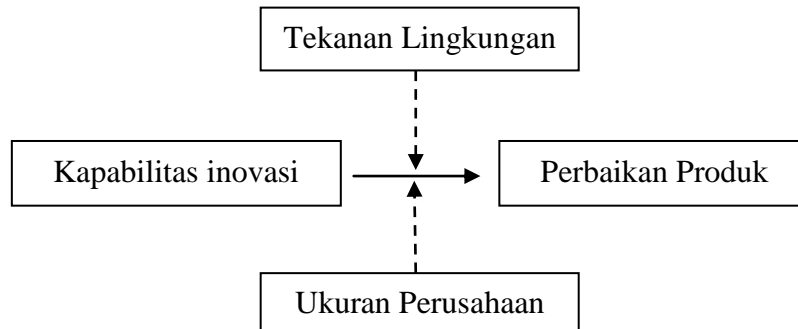
Menurut BPS berdasarkan Buku Statistik Industri Perusahaan Manufaktur Skala Menengah dan Besar (1999), secara umum obyek penelitian dapat dikategorikan dalam tiga kelompok ukuran perusahaan yang didasarkan pada jumlah karyawan yang dimiliki perusahaan, yaitu:

- a) Produsen Rumah Tangga, yaitu produsen dengan jumlah karyawan antara 1-4 orang.
- b) Produsen Skala Kecil, yaitu produsen dengan jumlah karyawan antara 5-19 orang.
- c) Produsen Skala Menengah, yaitu produsen dengan jumlah karyawan antara 20-99 orang.

Berdasarkan studi tersebut maka diduga ukuran perusahaan mempengaruhi hubungan kapabilitas inovasi perusahaan dengan perbaikan produnya. Oleh karena itu peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 3: Ukuran perusahaan memoderasi hubungan kapabilitas inovasi dengan perbaikan produk.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan survey. Penelitian ini mengambil pemilik atau pemimpin UKM sebagai subjek penelitian. Data primer dalam penelitian ini berasal dari jawaban responden yaitu pemilik atau pimpinan UKM dalam kuesioner maupun wawancara, sedangkan data sekunder diperoleh dari penelitian-penelitian terdahulu dan literatur-literatur pendukung lainnya.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu memilih sampel didasarkan dengan kriteria tertentu dan hanya elemen yang memenuhi kriteria penelitian saja yang akan menjadi sampel penelitian (Sekaran, 2003). Kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel didasarkan pada pertimbangan (*judgement*), yaitu usaha kecil menengah yang telah beroperasi minimal 3 tahun dan dengan pertimbangan bahwa UKM tersebut bergerak dalam bidang manufaktur.

Berdasarkan Smart PLS 2.0, sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini minimal sepuluh kali dari jumlah terbesar *structural path* yang diarahkan pada konstruk tertentu dalam model struktural (Ghozali, 2006), maka jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah $10 \times 4 = 40$ sampel. Untuk mengantisipasi kekurangan jumlah sampel, kuesioner yang didistribusikan sebanyak 110 eksemplar.

Hipotesis-hipotesis dalam penelitian ini diuji dan dianalisis menggunakan alat analisis *software* Smart PLS (*Partial Least Square*) versi 2.0.

HASIL PENELITIAN

Analisis Data

Data primer dalam penelitian ini berasal dari responden yaitu pemilik atau pimpinan UKM. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara distribusi secara langsung kepada responden. Penelitian ini mendapatkan respon yang cukup baik dengan tingkat pengembalian kuesioner sebesar 84%. Kuesioner yang disebar sejumlah 110, sebanyak 10 kuesioner tidak kembali dan 100 kuesioner yang diisi responden

dapat kembali. Dari total kuesioner yang kembali, terdapat 8 kuesioner yang tidak dapat diolah karena tidak diisi dengan sempurna oleh responden sehingga jumlah kuesioner yang dapat diolah dan dianalisis sebanyak 92 kuesioner.

Uji Validitas

Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur pada kuesioner tersebut (Ghozali, 2006). Validitas instrumen dievaluasi berdasarkan *convergent* dan *discriminant validity* dari indikatornya yang dihitung dengan menggunakan Smart PLS 2.0. *Convergent validity* digunakan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan

konstruk latennya. Validitas konvergen diterima apabila nilai *loading* atau korelasi skor indikator dengan konstruk di atas 0,50 (Ghozali, 2006). Agar semua konstruk valid maka indikator yang memiliki nilai *loading* di bawah 0,50 harus dibuang.

Cara mengukur *discriminant validity* adalah dengan membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk laten dengan korelasi antar konstruk lainnya dalam model. Jika nilai dari akar AVE lebih besar dari korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya berarti setiap konstruk memiliki *discriminant validity* yang baik (Fornell dan Lackner, 1981 dalam Rahab et al., 2009)

Data selengkapnya terdapat pada tabel AVE, Akar AVE, dan korelasi antar konstruk.

Tabel 1. AVE dan Akar Kuadrat AVE

Items	AVE	Akar Kuadrat AVE
EH	0,792157	0,890032
IN	0,524527	0,724242
IN * EH	0,766799	0,875671
IN * Size	0,734071	0,856779
PI	0,502675	0,708996
Size	0,724934	0,851431

Tabel 2. Akar Kuadrat AVE dan Korelasi antar Konstruk

	EH	IN	IN * EH	IN * Size	PI	Size
EH	0,890032					
IN	0,291937	0,724242				
IN * EH	0,818908	0,617961	0,875671			
IN * Size	0,362659	0,326790	0,449523	0,856779		
PI	0,320136	0,472703	0,422327	0,388913	0,708996	
Size	0,319233	0,064773	0,310658	0,751184	0,306426	0,851431

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai akar AVE dan dapat diketahui pula bahwa perbandingan akar kuadrat AVE lebih besar dibandingkan nilai korelasi antar konstruk. Jadi, semua konstruk dalam model yang diestimasi telah memenuhi kriteria *discriminant validity*.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrumen yang mengukur konstruk. Suatu indikator dikatakan mempunyai reliabilitas yang baik jika nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,70 dan sedangkan menurut Nunnally (1967) seperti yang dikutip Ghazali (2006) konstruk dikatakan *reliable* jika *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60.

Tabel 3. *Composite Reliability* dan *Cronbachs Alpha*

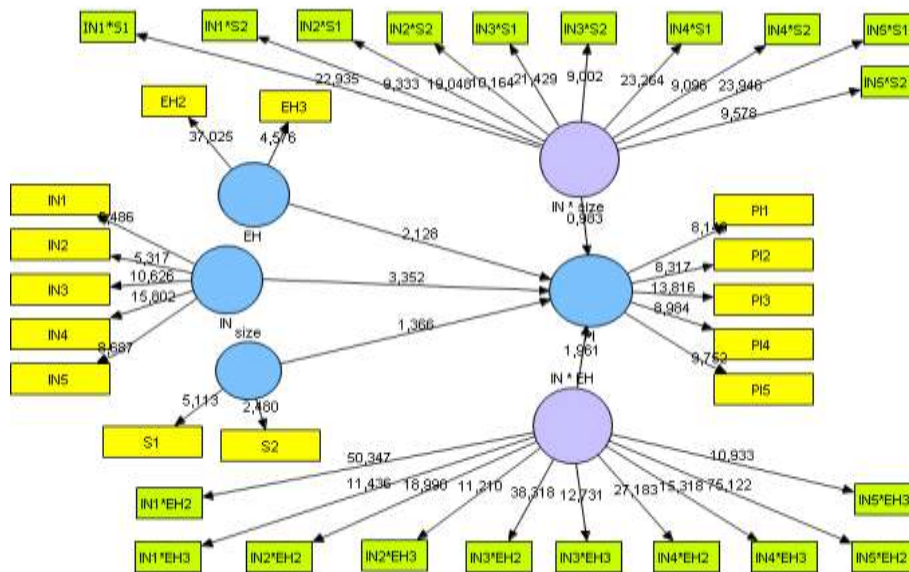
	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbachs Alpha</i>	Keterangan
EH	0,883280	0,767006	Reliabel
IN	0,845224	0,770135	Reliabel
IN * EH	0,970441	0,967056	Reliabel
IN * Size	0,964795	0,961830	Reliabel
PI	0,834209	0,752259	Reliabel
Size	0,837303	0,689301	Reliabel

Hasil output dari *Composite Reliability* dan *Cronbachs Alpha* untuk seluruh konstruk nilainya lebih besar dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik.

Pengujian Hipotesis dan Pembahasan Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan memperhatikan tingkat signifikansi dan koefisien *path* antar variabel laten. Analisis statistik dilakukan dengan cara memasukkan variabel yang diuji secara bersama-sama untuk menguji hipotesis yang diajukan. Pengambilan keputusan didasarkan pada arah hubungan dan signifikansi dari model yang bersangkutan.

Gambar 2. Model Pengujian Konstruk



Tabel 4. Path Coefficient

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STERR)	T Tabel ($\alpha = 5\%$)
IN -> PI	0,968619	3,352354	1,662
EH -> PI	0,866445	2,127517	1,662
IN * EH -> PI	-0,950066	1,961020	1,662
IN * size -> PI	-0,674052	0,982544	1,662
size -> PI	0,903381	1,366252	1,662

Berdasarkan tabel 5 di atas, nilai original sample menunjukkan hubungan yang positif atau negatif antar variabel. Sedangkan T statistik digunakan untuk melihat signifikansi hubungan antar variabel. Hubungan dianggap signifikan jika T statistik lebih besar dibanding dengan T tabel. Dengan α sebesar 5% diperoleh T tabel sebesar 1,662. Sebuah variabel dikatakan dapat memberikan pengaruh tidak langsung (moderasi) jika nilai koefisien pengaruh tidak langsung lebih besar daripada koefisien pengaruh langsung (Ghozali, 2006).

Pembahasan

Peran kapabilitas inovasi terhadap perbaikan produk

Hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan bahwa nilai *original sample* dari variabel kapabilitas inovasi (IN) → perbaikan produk (*product improvement*) sebesar 0,968619 yang menunjukkan bahwa hubungan antara kapabilitas inovasi dengan perbaikan produk (*product improvement*) berbanding lurus dan bernilai positif. Nilai T statistik sebesar 3,352354 (lebih besar dari 1,662) menunjukkan bahwa

hubungan antara hubungan antara kapabilitas inovasi dengan perbaikan produk (*product improvement*) adalah signifikan. Hal ini berarti bahwa kapabilitas inovasi mempunyai pengaruh positif terhadap perbaikan produk, dengan tingkat keyakinan sebesar 95% sehingga hipotesis kapabilitas inovasi berpengaruh secara positif terhadap perbaikan produk **diterima**. Hal ini sesuai dengan temuan Acs dan Yeung, (1999) serta Qian dan Li, (2003) yang menemukan fleksibilitas, kegesitan, dan kemampuan dalam berinovasi ketika dihadapkan dengan kondisi perusahaan yang terbatas sehingga memacu peningkatan kualitas produk.

Peran tekanan lingkungan dalam memoderasi hubungan kapabilitas inovasi dan perbaikan produk.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai T statistik interaksi tekanan lingkungan dan kapabilitas inovasi sebesar 1,961020 lebih besar dari T tabel (1,662) tetapi lebih kecil dibandingkan nilai pengaruh langsung tekanan lingkungan terhadap perbaikan produk yaitu 2,127517. Variabel tekanan lingkungan dikatakan dapat memberikan pengaruh tidak langsung (moderasi) jika nilai koefisien pengaruh tidak langsung lebih besar daripada koefisien pengaruh langsung (Ghozali, 2006). Oleh karena itu, hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan tekanan lingkungan (*environment hostility*) dalam memoderasi hubungan kapabilitas inovasi terhadap perbaikan produk (*product improvement*) adalah tidak signifikan. Hal ini berarti Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa tekanan lingkungan (*environment*

hostility) memoderasi hubungan antara kapabilitas inovasi terhadap perbaikan produk **ditolak**. Artinya, ketika tekanan lingkungan meningkat belum tentu mempengaruhi kemampuan berinovasi perusahaan yang memacu perbaikan produk juga meningkat.

Hal ini bisa disebabkan oleh kondisi lingkungan yang terjadi di wilayah Purbalingga tidak sesuai dengan konteks lingkungan yang penuh dengan tekanan dan berujung pada upaya perbaikan produk sebagai salah satu cara untuk tetap *survive* dalam persaingan. Tingkat persaingan usaha di Purbalingga relatif rendah berdasarkan hasil temuan dari responden di lapangan. Para responden yang merupakan pengusaha lokal merasa tidak terlalu terpengaruh oleh para pesaingnya. Kondisi itu diperkuat dengan adanya hubungan antara pengusaha yang satu dengan pengusaha lainnya yang masih saudara sehingga tidak menganggap sebagai pesaing yang ketat bagi perusahaannya. Harga produk juga merupakan harga wajar yang muncul dan tidak ditetapkan atas dasar persaingan. Sehingga bisa disimpulkan bahwa kondisi lingkungan yang penuh tekanan yang diharapkan dalam penelitian ini bisa mendorong para pengusaha untuk melakukan perubahan dengan memperbaiki kualitas produk mereka tidak terjadi disini.

Peran ukuran perusahaan dalam memoderasi hubungan kapabilitas inovasi dan perbaikan produk.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai T statistik interaksi ukuran perusahaan dan kapabilitas inovasi sebesar 0,982544 lebih kecil dari T tabel (1,662) dan juga lebih kecil

dibandingkan nilai pengaruh langsung ukuran perusahaan terhadap perbaikan produk yaitu 1,366252. Variabel ukuran lingkungan dikatakan dapat memberikan pengaruh tidak langsung (moderasi) jika nilai koefisien pengaruh tidak langsung lebih besar daripada koefisien pengaruh langsung (Ghozali, 2006). Oleh karena itu, hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan ukuran perusahaan (*Size*) dalam memoderasi hubungan kapabilitas inovasi terhadap perbaikan produk (*product improvement*) adalah tidak signifikan. Hal ini berarti Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan (*size*) memoderasi hubungan antara kapabilitas inovasi terhadap perbaikan produk **ditolak**. Artinya, ketika ukuran perusahaan meningkat belum tentu mempengaruhi kemampuan berinovasi perusahaan yang memacu perbaikan produk juga meningkat.

Tidak didukungnya hipotesis 3 dalam penelitian ini bisa disebabkan karena mayoritas dari responden adalah termasuk dalam jenis UKM kecil yang hanya mempunyai karyawan antara 1 – 5 orang pekerja, sehingga jawaban dari responden cenderung monoton. Selain itu, mayoritas UKM yang menjadi sampel tidak mempunyai perhatian dan anggaran yang khusus dari pendapatan perusahaannya untuk aktivitas riset dan pengembangan yang mendukung pada kapabilitas inovasi perusahaannya. Oleh karena itu, kemampuan inovasi yang akan mendukung pada perbaikan produknya juga tidak terpengaruh dari besar - kecilnya ukuran perusahaan.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kapabilitas inovasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap perbaikan produk UKM, hal ini menunjukkan bahwa kemampuan yang dimiliki oleh masing-masing UKM dalam menciptakan inovasi mempengaruhi perbaikan produk yang dihasilkannya.

Hasil negatif yang didapat dari pengujian yang dilakukan terhadap variabel tekanan lingkungan mengindikasikan bahwa tekanan lingkungan sebagai variabel moderasi tidak mempengaruhi hubungan antara kapabilitas inovasi terhadap perbaikan produk. Hal ini berarti bahwa ketika tekanan lingkungan meningkat belum tentu mempengaruhi kemampuan berinovasi perusahaan yang memacu perbaikan produk juga meningkat.

Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan kapabilitas inovasi terhadap perbaikan produk. Pengujian menunjukkan hasil yang negatif, artinya ketika ukuran perusahaan meningkat belum tentu mempengaruhi kemampuan berinovasi perusahaan yang memacu perbaikan produk juga meningkat. Jadi, besar-kecilnya ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap UKM di Kabupaten Purbalingga dalam meningkatkan kemampuan berinovasi perusahaan yang akan mendukung terhadap peningkatan kualitas produknya.

Implikasi

Pemilik atau pimpinan perusahaan (UKM) sebaiknya memberikan perhatian yang khusus terhadap kemampuan perusahaannya dalam menghasilkan terobosan – terobosan baru untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan perusahaannya. Perbaikan produk yang kontinyu dari waktu ke waktu akan mendukung peningkatan penjualan dan pendapatan perusahaan. Hal itu akan mempengaruhi eksistensi perusahaan agar tetap *survive*.

Perusahaan sebaiknya juga mempunyai anggaran yang khusus, misalkan 5-10% dari pendapatannya untuk aktivitas riset dan pengembangan. Hal itu akan mendukung dalam menciptakan kondisi perusahaan yang stabil.

Hal – hal diluar perusahaan yang perkembangannya tidak bisa dikontrol perusahaan dan berpengaruh terhadap perusahaan sebaiknya diperhatikan dengan baik oleh pimpinan perusahaan, seperti persaingan antar perusahaan, penyedia bahan baku, dan perkembangan teknologi informasi serta faktor penentu lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Acs, Z. J., and B. Yeung. 1999. *Conclusion,"in Small and Medium-Sized Enterprises," in the Global Economy*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 164–173.
- Covin, J. G., and T. J. Covin. 1990. *Competitive Aggressiveness, Environmental Context, and Small Firm Performance," Entrepreneurship Theory and Practice* 14(Summer), 35–50.
- Drucker, F. Peter. 1985. *Inovasi dan Kewiraswastaan*. Terjemahan oleh Rusjdi naib. 1994. Erlangga. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2006. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan PLS*. Badan Penerbit Undip. Semarang.
- Han, K. Jin, Kim Nawmoon, and Rajendra K Srivastava. 1998. *Market Orientation and Organizational Performance: Is Innovation a Missing Link?*. *Journal of marketing* vol 62, 30-45.
- Lau, T., T. W. Y. Man, and I. Chow. 2004. *Organizational Capabilities and Performance of SMEs in Dynamic and Stable Environments*. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 5(4), 221–229.
- Miller, D., and P. H. Friesen. 1984. *A Longitudinal Study of the Corporate Life Cycle*. *Management Science* 30(10), 1161–1183.
- Qian, Gongming dan Li, Lee. 2003. *Profitability of small- and medium-sized Enterprises in high-tech industries: the Case of the biotechnology industry*. *Strategic Management Journal Strat. Mgmt. J.*, 24: 881–887
- Rahab, Istiqomah, dan Dian Purnomojati. 2009. *Permodelan mengenai Peran Product Improvement dan Process Improvement terhadap Kinerja UKM*. Laporan Penelitian Universitas Jenderal Soedirman. Purwokerto.
- Romano, A Claudio. 1990. *Identifying Factors which Influence Product*

- Innovation: A Case Study Approach*.
Journal of Management Studies
27:1.
- Sekaran, Uma. 2003. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis, edisi 4 buku 1*. Terjemahan oleh Kwan Men You. 2006. Salemba Empat. Jakarta.
- Venkatraman, N., and V. Ramanujam. 1987. Measurement of Business Economic Performance: An Examination of Method Convergence. *Journal of Management* 13(1), 109–122.
- Verhees, F. J. H. M., and M. T. G. Meulenbergh. 2004. *Market Orientation, Innovativeness, Product Innovation, and Performance in Small Firms*. *Journal of Small Business Management* 42(2), 134–154.
- Zahra, S. A., and G. George. 2000. *Manufacturing Strategy and New Venture Performance: A Comparison of Independent and Corporate Ventures in the Biotechnology Industry*. *The Journal of High Technology Management Research* 10(2), 313–345.

