



**ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DUKUNGAN
PEMERINTAH DALAM MENINGKATKAN INOVASI DAN
KINERJA BISNIS SEKTOR BATIK DI PULAU MADURA**

DISERTASI

**Oleh
Ilmiyah
NIM. 160930101007**

**PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2023**



**ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DUKUNGAN
PEMERINTAH DALAM MENINGKATKAN INOVASI DAN
KINERJA BISNIS SEKTOR BATIK DI PULAU MADURA**

DISERTASI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi (S3)
dan mencapai gelar Doktor Ilmu Administrasi

Oleh

Ilmiyah

NIM. 160930101007

**PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2023**

PERSEMBAHAN

Bismillaahirrohmaanirrohiim

Dengan kerendahan hati saya ucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas terselesainya disertasi ini, maka akan saya persembahkan disertasi ini untuk:

1. Ayahanda Alm. Khobir Mas'udi dan Ibunda Rumisah tercinta yang tiada pernah lelah mendoakan, memberikan kasih sayang, dukungan dan pengorbanan yang tulus.
2. Adikku Nukman Hakim, Istianah dan Wasiatul Maghfiroh yang telah memberikan waktu, dukungan, keceriaan dan kebahagiaan, semoga kelak kamu bisa menjadi lebih segalanya dari Kakak dan semua orang.
3. Teman-teman satu Almamater yang tidak pernah lelah memberikan motivasi, dukungan, bantuan doa dan terus mendukung atas terselesainya disertasi ini.
4. Seluruh Pimpinan dan Kesekretariatan Bawaslu Kota Probolinggo yang sudah memberikan kesempatan dan waktu untuk dapat menyelesaikan disertasi ini
5. Rektor beserta Dekan dan seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Moch Sroedji Jember. yang selalu memberikan dukungan dan waktu dalam menyelesaikan studi doktoral ini.
6. Guru-guru sejak TK, SD, SLTP, Pondok Pesantren hingga Perguruan Tinggi terhormat yang telah membimbing dan memberikan ilmu.
7. Semua orang, handai taulan yang sayang dan aku sayangi matur sembah nuwun atas doa dan semua dukungan, serta
8. Almamater tercinta, Program Studi Doktor Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTTO

"Berpikirlah positif, tidak peduli seberapa keras kehidupanmu."

(Ali bin Abi Thalib)

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri." (QS. Ar Rad: 11)

RINGKASAN

Orientasi Kewirausahaan, Dukungan Pemerintah dalam Meningkatkan Inovasi dan Kinerja Bisnis Sektor Batik di Pulau Madura; Ilmiah, 160930101007; Program Studi Doktor Ilmu Administrasi Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh dari orientasi kewirausahaan dukungan pemerintah dalam meningkatkan inovasi dan kinerja bisnis sektor batik di Pulau Madura, secara langsung maupun tidak langsung terhadap inovasi dan kinerja bisnis sektor batik di empat Kabupaten kepulauan Madura. Terdapat banyak penelitian yang ada bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap kinerja bisnis secara langsung dan menjadikan inovasi sebagai variabel mediasi Akan tetapi, belum ada penelitian yang menganalisis pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap kinerja bisnis, secara langsung tanpa variabel mediasi dan variabel inovasi menjadi variabel dependen. Penelitian terdahulu telah menemukan bahwa orientasi kewirausahaan memengaruhi kinerja bisnis dengan inovasi sebagai variabel mediasi. Sedangkan penelitian terdahulu yang meneliti pengaruh dukungan pemerintah terhadap kinerja bisnis belum pernah dilakukan sehingga hal tersebut menjadi konstruksi baru dalam penelitian ini.

Populasi penelitian ini adalah UKM binaan Dinas Koperasi dan UMKM di empat Kabupaten Kepulauan Madura sebanyak 141 unit usaha batik. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sensus berdasarkan proporsi masing-masing sektor. Sebelum instrumen penelitian dibagikan, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner instrumen penelitian, yang diujikan pada 141 unit usaha batik. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran empiris atas jawaban responden disajikan dalam bentuk distribusi frekuensi dan diukur

nilai rata-ratanya. Sedangkan pada analisis inferensial digunakan metode analisis *Generalized Structured Component Analysis (GSCA)*.

Secara keseluruhan, dari lima hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terdapat empat hipotesis yang diterima dan satu hipotesis yang ditolak. Hasil pengujian hipotesis secara langsung menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap inovasi dan kinerja bisnis, dukungan pemerintah berpengaruh signifikan terhadap inovasi, inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Sedangkan dukungan pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

SUMMARY

Entrepreneurship Orientation, Government Support in Improving Innovation and Business Performance in the Batik Sector on Madura Island ; Ilmiyah, 160930101007; Administrative Science Doctoral Study Program, Department of Administrative Science, Faculty of Social and Political Sciences, University of Jember.

This study focuses on the influence of government-supported entrepreneurial orientation in increasing innovation and business performance in the batik sector on Madura Island, directly or indirectly on innovation and business performance in the batik sector in four districts of the Madura archipelago. There are many existing studies aimed at analyzing the effect of these variables on business performance directly and making innovation a mediating variable. dependent variable. Previous research has found that entrepreneurial orientation influences business performance with innovation as a mediating variable. Whereas previous research examining the effect of government support on business performance has never been carried out so that this becomes a new construction in this study.

The population of this study were SMEs assisted by the Cooperative Service and SMEs in the four Madura Islands Regencies with a total of 141 batik business units. Sampling in this study using a census technique based on the proportion of each sector. Before the research instruments were distributed, validity and reliability tests were first carried out on the research instrument questionnaire, which was tested on 141 batik business units. The data analysis method used in this research is descriptive statistical analysis and inferential analysis. Descriptive analysis is used to provide an empirical picture of the respondents' answers presented in the form of a frequency distribution and the average value is measured. Meanwhile, in the inferential analysis, the *Generalized Structured Component Analysis* (GSCA) method was used .

Overall, of the five hypotheses proposed in this study, four hypotheses were accepted and one hypothesis was rejected. The results of direct hypothesis

testing show that entrepreneurial orientation has a significant effect on innovation and business performance, government support has a significant effect on innovation, innovation has a significant effect on business performance. Meanwhile, government support has no significant effect on business performance.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ilmiah

NIM : 160930101007

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “ Orentasi Kewirausahaan, Dukungan Pemerintah Dalam Meningkatkan Inovasi Dan Kinerja Bisnis Sektor Batik di Pulau Madura” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 23 Juni 2023

Yang menyatakan,

Ilmiah
NIM 160930101007

DISERTASI

**ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DUKUNGAN
PEMERINTAH DALAM MENINGKATKAN INOVASI DAN
KINERJA BISNIS SEKTOR BATIK DI PULAU MADURA**

Oleh

**Ilmiyah
NIM. 160930101007**

Promotor : Prof. Dr. Zarah Puspitaningtyas, S Sos, SE, M Si,
QIA, QGIA, CIQnR

Co-Promotor 1 : Dr. Djoko Poernomo, M Si, CIQnR.

Co-Promotor 2 : Dr. Supranoto, M.Si., Ph.D.

PENGESAHAN

Disertasi berjudul “ Orentasi Kewirausahaan, Dukungan Pemerintah Dalam Meningkatkan Inovasi dan Kinerja Bisnis Sektor Batik di Pulau Madura” karya Ilmiah telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal :

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,

Dr. I Ketut Mastika, MM.
NIP. 195905071989031002
Anggota I,

Drs. Supranoto, M.Si., Ph.D.
NIP 196102131988021001
Anggota II,

Dr. Wheny Khristianto, S.Sos, M.AB.
NIP. 197506292000121001
Penguji Luar I,

Dr. Hari Karyadi, SE, MSA.
NIP.197202111999031003
Penguji Luar II,

Co Promotor I,

Co Promotor II,

Dr. Djoko Poernomo M.Si. CIQnR
NIP 196002191987021001
Promotor,

Dr. Supranoto, M.Si., Ph.D
NIP. 196102131988021001

Prof. Dr. Zarah Puspitaningtyas, S Sos, SE,
M Si, QIA, QGIA, CIQnR
NIP. 197902202002122001

Mengesahkan
Dekan,

Dr. Djoko Poernomo, M.Si. CIQnR
NIP 196002191987021001

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal disertasi yang berjudul "Orientasi Kewirausahaan, Dukungan Pemerintah Dalam Meningkatkan Inovasi dan Kinerja UKM Sektor Batik di Pulau Madura". Disertasi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Program Doktor Ilmu Administrasi (S3) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jember.

Penyusunan disertasi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Zarah Puspitaningtyas, S Sos, SE, M Si, QIA, QGIA, CIQnR, selaku Dosen Pembimbing Utama. telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan disertasi ini
2. Dr. Djoko Poernomo, M.Si. CIQnR, selaku Dosen Pembimbing Anggota I, dan Dr. Anastasia Murdyastuti M.Si, selaku Dosen Pembimbing Anggota II yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan Disertasi ini;
2. Drs. Supranoto, M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing Akademik yang sekaligus menjadi Dosen Pembimbing Anggota II Pengganti, yang telah membimbing selama penulis menjadi mahasiswa Program Doktor Ilmu Administrasi.;
3. Dr. I Ketut Mastika, MM. selaku ketua penguji, Dr. Hari Karyadi, SE, MSA dan Dr. Wheny Khristianto, S.Sos, M.AB. selaku anggota tim penguji, yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan disertasi ini;
4. Bapak/Ibu Staf Administrasi Program Doktor telah memberikan bantuan dan dukungan administrasi selama menjadi mahasiswa
5. Seluruh teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah membantu, memotivasi dan memberi dukungan dalam menyelesaikan penulisan disertasi ini.

6. Seluruh keluarga terutama kedua orang tua saya, yang telah mendukung, mendoakan dan dorongan, sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan disertasi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan disertasi ini.

Akhirnya penulis berharap, semoga disertasi ini dapat bermanfaat.

Jember, 23 Juni 2023

Penulis

Ilmiyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Manajemen Strategi.....	10
2.1.1 Strategi Kewirausahaan (<i>Strategic Entrepreneurship</i>)	11
2.1.2 Inovasi Produk.....	15
2.1.3 Kinerja Bisnis	17
2.1.4 Dukungan Pemerintah.....	20
2.2 Usaha Kecil Menengah (UKM).....	24
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	26
2.3.1 Hubungan Orentasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk	26
2.3.2 Hubungan Dukungan Pemerintah dan Inovasi Produk	27

2.3.3 Hubungan Orentasi Kewirausahaan dan Kinerja Bisnis	28
2.3.4 Hubungan Dukungan Pemerintah dan Kinerja Bisnis	29
2.3.5 Hubungan Inovasi Produk dan Kinerja Bisnis	31
2.4 Penelitian Terdahulu	32
2.5 Kerangka Konseptual	36
2.6 Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Tipe Penelitian	39
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	39
3.2.1. Populasi Penelitian	39
3.2.2 Sampel Penelitian	40
3.3 Identifikasi Variabel	40
3.4 Definisi Operasional Variabel	41
3.4.1 Orentasi Kewirausahaan	41
3.4.2. Dukungan Pemerintah	41
3.4.3 Inovasi Produk	42
3.4.4 Kinerja Bisnis	43
3.5 Prosedur Pengumpulan Data	47
3.5.1 Sumber Data	47
3.5.2 Pengolahan Data	47
3.6 Teknik Analisis Data	48
3.6.1 Uji Instrumen / Uji Kuesioner	48
3.6.2 Uji GSCA (<i>Generalized Structured Component Analysis</i>) ...	50
3.7 Tahap Penarikan Kesimpulan	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Profil Wilayah Penelitian	53
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner Penelitian	55
4.3 Hasil Analisis Deskriptif	59
4.3.1 Deskripsi Umum Responden	59
4.3.2 Deskriptif Variabel-Variabel Penelitian	62
4.3.3 Deskriptif Variabel Dukungan Pemerintah	69

4.3.4	Deskriptif Variabel Inovasi Produk	73
4.3.5	Deskriptif Variabel Kinerja Bisnis.....	77
4.4	Analisis GSCA	83
4.4.1	Evaluasi Kesesuaian Model Penelitian	83
4.4.2	Evaluasi Model Struktur	84
4.4.3	Hasil Analisis Inferensial (<i>Structural Equation Modelling</i>) dengan GSCA	86
4.5	Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	89
4.5.1	Pengaruh Variabel Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi Produk.....	89
4.5.2	Pengaruh Dukungan Pemerintah Terhadap Inovasi Produk	91
4.5.3	Pengaruh Variabel Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UKM.....	91
4.5.4	Pengaruh Variabel Dukungan Pemerintah terhadap Kinerja UKM.....	92
4.5.5	Pengaruh Variabel Inovasi Produk terhadap Kinerja UKM	92
4.6	Temuan Penelitian	93
4.7	Perbandingan Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu.....	93
4.8	Kontribusi Penelitian	95
4.9	Implikasi Hasil Penelitian.....	95
4.9.1	Implikasi Akademis	95
4.9.2	Implikasi Praktis	97
BAB V KESIMPULAN		99
5.1	Kesimpulan.....	99
5.2	Keterbatasan Penelitian	100
5.3	Saran.....	100

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
2.1 Variabel Penelitian Terdahulu	35
2.2 Hipotesis Penelitian	37
3.3 Jumlah Pengrajin Batik di Pulau Madura	40
3.4 Identifikasi dan Uraian Indikator dan Item Variabel Penelitian.....	45
4.5 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Item Pertanyaan Variabel Orientasi Kewirausahaan(X_1).....	56
4.6 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Item Pertanyaan Variabel Dukungan Pemerintah (X_2)	57
4.7 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Item Pertanyaan Variabel Inovasi Produk (Y_1).....	58
4.8 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Item Pertanyaan Variabel Kinerja UKM (Y_2)	58
4.9 Jenis Kelamin Responden.....	59
4.10 Usia Responden	60
4.11 Tingkat Pendidikan Responden	60
4.12 Jenis Produksi Batik Responden.....	61
4.13 Pemasaran UKM Batik	61
4.14 Interpretasi Dasar Skor Pada Variabel Penelitian.....	62
4.15 Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Agresif Berkompetisi ($X_{1.1}$)..	63
4.16 Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Proaktif ($X_{1.2}$)	64
4.17 Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Berani Mengambil Resiko ($X_{1.3}$).....	65
4.18 Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Otonomi ($X_{1.4}$).....	66
4.19 Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator inovasi ($X_{1.5}$)	68
4.20 Distribusi Frekuensi dan Presentase Variabel Bantuan Hukum ($X_{2.1}$)	69
4.21 Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Bantuan Modal ($X_{2.2}$)	71

4.22	Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Pembinaan UKM (X2.3).....	72
4.23	Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Variasi Produk (Y1.1).....	74
4.24	Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Kualitas Produk (Y1.2).....	76
4.25	Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Kepuasan Konsumen (Y2.1)...	78
4.26	Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Pertumbuhan Penjualan (Y2.2).....	80
4.27	Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Pertumbuhan Pasar (Y2.3).....	82
4.28	Pengukuran Validitas dan Reliabilitas.....	84
4.29	Evaluasi Uji Model FIT	85
4.30	Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Variabel Eksogen Terhadap Variabel Endogen	87
4.31	Hasil Pengujian Hipotesis.....	90
4.32	Perbandingan Hasil Penelitian Ini Dengan Penelitian Terdahulu.....	94

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
2.1 Model Model Kewirausahaan Strategis	14
2.2 <i>The Organization as an Open System</i>	23
2.3 Kerangka Konseptual.....	37
2.4 Hipotesa Peneliti.....	38
3.5 Model Hubungan Antar Variabel	44
4.6 Konseptualisasi Model Kinerja UKM	86
4.7 Model Hasil Analisis	87
4.8 Model Temuan Penelitian.....	95

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian Indonesia saat ini memasuki era ekonomi baru, yang dikenal dengan istilah ekonomi kreatif. Manusia sebagai pengelola kegiatan ekonomi harus dapat menyikapi segala bentuk perubahan situasi ekonomi yang terjadi, menuntut para pelaku usaha untuk memikirkan inovasi baru dalam menyusun strategi agar usahanya mampu bertahan dan bersaing dengan usaha lainnya, terutama pada usaha kerajinan batik yang menuntut selalu adanya inovasi baik dari segi pemasaran maupun hasil produksinya. Ancok (2012) menyatakan bahwa perusahaan dituntut untuk menyusun strategi dan kebijakan untuk mengatasi perubahan yang terjadi. Sementara itu, perubahan-perubahan dengan adanya perkembangan teknologi informatika dan telekomunikasi serta teknologi industri dan globalisasi menyebabkan persaingan antar industri dan perusahaan menjadi semakin tajam.

Perubahan-perubahan tersebut juga dialami oleh industri kecil seperti UKM (Usaha Kecil Menengah) sebuah bisnis yang memiliki sifat mandiri dan memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Mahmood & Hanafi. (2013) Kontribusi UKM adalah penyerapan tenaga kerja dan mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam mengurangi pengangguran disuatu negara, baik itu negara berkembang maupun negara maju, maka untuk selanjutnya peneliti akan menggunakan kalimat UKM yang sudah familiar di gunakan oleh peneliti-peneliti sebelumnya .

Mahmood & Hanafi. (2013), juga berpendapat bahwa negara-negara berkembang telah mengubah orientasinya dengan memberdayakan (*empowering*) sektor UKM. Hal ini terjadi karena sektor UKM berperan penting dalam mendukung dan memperkuat perekonomian rakyat, yang diharapkan mampu dalam mewujudkan dan mempertahankan daya saing nasional dan bahkan di tingkat global. Negara-negara berkembang mulai mengubah orientasi ketika melihat pengalaman di negara-negara industri maju tentang peranan dan

sumbangan UKM dalam pertumbuhan ekonomi. Tidak mengherankan jika sektor UKM telah dipromosikan dan dijadikan sebagai agenda utama pembangunan ekonomi Indonesia.

Sektor UKM telah terbukti tangguh, ketika terjadi krisis ekonomi 1998, hanya sektor UKM yang bertahan dari kolapsnya ekonomi, sementara sektor yang lebih besar justru terdampak parah oleh krisis. Menurut Mayr, Mitter, & Aichmayr. (2016) terdapat empat faktor yang telah membuat UKM mampu bertahan terhadap krisis ekonomi tahun 1998. Pertama, UKM tidak memiliki utang luar negeri. Kedua, UKM tidak banyak utang ke perbankan karena mereka dianggap *unbankable*. Ketiga, UKM menggunakan input lokal. Keempat, UKM banyak yang berorientasi ekspor. Keempat faktor tersebut berperan penting dalam peningkatan kapabilitas UKM di Indonesia.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) ekonomi Indonesia mengalami pertumbuhan 3,69% pada tahun 2021. Ini merupakan capaian positif setelah ekonomi Indonesia mengalami kontraksi 2,07% pada 2020. Angka pertumbuhan 3,69% didapat dari persentase kenaikan produk domestik bruto atas dasar harga konstan (PDB ADHK) kumulatif tahun 2021 dari nilai PDB ADHK di 2020. Pada 2021, nilai PDB ADHK Indonesia mencapai sekitar Rp 11.119 triliun, sedangkan di 2020 nilainya sebesar Rp 10.723 triliun.

Perkembangan perekonomian Indonesia mengalami pertumbuhan pesat sebesar 7,07% pada kuartal II 2021. Hal ini diakibatkan *baseline* yang rendah di triwulan II tahun sebelumnya, serta mobilitas masyarakat yang mulai kembali meningkat setelah pandemi gelombang satu mereda. Meski masih bertumbuh di kuartal III 2021, tetapi angka pertumbuhan ekonomi Indonesia di periode itu berkurang sekitar setengahnya. Ini menyusul penerapan PPKM Darurat oleh pemerintah untuk menekan penyebaran COVID-19 varian Delta yang melambung tinggi.

Pandemi COVID-19 telah menjadi ancaman besar bagi kelangsungan perekonomian karena tidak hanya terkait dengan tantangan pasokan modal, tetapi juga rantai pasokan dan gangguan pada *updown steam* Papadopoulos *et al.* (2020). Di Indonesia pertumbuhan triwulan II 2020 berkontraksi 5,32% BPS. (2020).

Empat sektor yang paling terganggu akibat pandemi COVID-19 yaitu sektor rumah tangga, sektor keuangan, sektor korporasi, dan sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Sehingga UKM menjadi yang paling rentan karena cadangan modal yang lebih rendah, aset yang lebih sedikit, dan produktivitas yang lebih rendah dari pada perusahaan besar OECD. (2020). Hasil kajian menunjukkan bahwa akibat COVID-19, 8,76% perusahaan berhenti beroperasi, 24,31% beroperasi dengan pengurangan kapasitas (jam kerja, mesin dan tenaga kerja). Pendapatan dunia usaha menurun 82,85% dengan penurunan sebesar 82,29% (UMB) dan 84,20% (UMK). Pengurangan pegawai terbesar pada industri manufaktur 52,23%, konstruksi 51,37% serta akomodasi dan makan minum 50,52% BPS. (2020).

Perubahan perekonomian yang terjadi akibat COVID-19, UKM harus dapat bertahan dan mampu memberikan peran penting pembangunan ekonomi seiring dengan meningkatnya jumlah UKM di banyak negara di dunia Dolz *et al.*, (2019) dan telah menyumbang lebih dari 90 % bisnis di sebagian besar negara Kamunge *et al.*, (2014); OECD, (2017). Di Indonesia, jumlah UKM sebanyak 64,2 juta (99,99% dari pelaku usaha). Penyerapan tenaga kerja sebanyak 117 juta (97% dari tenaga kerja dunia usaha). Kontribusi terhadap PDB sebesar 61,1% Kemenkopukm. (2020).

Fakta ini menjadikan UKM memiliki implikasi luas bagi perekonomian nasional. Dampak negatif COVID-19 mengharuskan UKM menyusun ulang strategi untuk mengakomodasi efek pandemi Kraus *et al.* (2020); Rapaccini *et al.* (2020) dan krisis Cucculelli & Peruzzi, (2020); Mayr *et al.* (2016). Maka inovasi adalah strategi yang memiliki efek berkelanjutan dan dapat membuat UKM lebih kuat di masa depan. Selain itu, keterbatasan sumberdaya dan kelemahan UMKM memerlukan kolaborasi lintas sektoral untuk mengatasi tantangan besar masyarakat dan menciptakan nilai bagi berbagai pemangku kepentingan Al-Tabbaa *et al.* (2013; Clarke & Crane (2018). Peran mereka sangat penting dalam memahami dan mengatasi permasalahan sosial yang kompleks terutama selama keadaan darurat global Van Tulder *et al.* (2016).

Kondisi *new normal* pasca Covid-19 saat ini, menuntut UKM bekerja lebih keras dalam menghadapi persaingan pasar. Munculnya persaingan dalam dunia bisnis baik dalam industri kecil, menengah dan skala besar adalah salah satu yang tidak dapat dihidari. Persaingan adalah keadaan dimana perusahaan pada pasar produk atau jasa tertentu akan memperlihatkan keunggulannya masing-masing, dengan atau tanpa terikat peraturan tertentu dalam rangka meraih pelanggan Setyawati & Rosiana (2015). Selain itu, UKM kesulitan untuk meningkatkan *output* karena keterbatasan pengetahuan, keterbatasan beradaptasi dengan perubahan lingkungan, dan kurang cekatan dalam menghadapi persaingan pasar Mustikowati & Trisari (2015).

Industri sektor batik merupakan salah satu produk kreatif warisan nenek moyang bangsa Indonesia yang sudah dikenal oleh dunia internasional sejak dahulu kala. Batik bagi Indonesia dapat dikatakan menjadi salah satu atribut kepribadian bangsa Indonesia karena diwariskan secara turun temurun dari generasi satu ke generasi berikutnya, yang dalam proses pembuatannya melibatkan seluruh karsa dan rasa, sehingga melekat dalam jati diri bangsa Indonesia.

Perkembangan batik di Indonesia kian pesat setelah ada pengakuan dunia melalui UNESCO pada tahun 2008 bahwa batik merupakan warisan dunia. Dewasa ini, pemerintah telah memberlakukan peraturan (pemerintah pusat dan daerah) yang menetapkan semua instansi pemerintah diwajibkan menggunakan pakaian batik pada hari Kamis dan Jum'at. Hal ini menyebabkan industri batik semakin mempunyai prospek yang cemerlang. Industri sektor batik di Indonesia terkonsentrasi di Pulau Jawa walau di beberapa pulau lainnya juga ditemukan produk kreatif yang serupa dengan batik, misalnya songket dari Nusa Tenggara Barat.

Industri batik (khususnya batik tulis) bersifat *home industry* (kegiatan membuat produk jadi kain batik yang biasanya dikelola oleh keluarga, dikerjakan secara manual atau menggunakan teknologi sederhana atau tepat guna, dengan tenaga kerja terbatas dan modal kecil). Beberapa lokasi industri batik yang sudah dikenal secara nasional (bahkan internasional) adalah Kota/Kabupaten Solo,

Kota/Kabupaten Pekalongan, Daerah Istimewa Yogyakarta, Kota/Kabupaten Cirebon, beberapa kota di Pulau Madura, Kota/Kabupaten Tuban, Kabupaten Banyuwangi, dan masih ada beberapa kota lainnya, sehingga banyak memunculkan kekhasan masing-masing atas batik yang dihasilkan di setiap daerah.

Dukungan dari pemerintah daerah saja tidak cukup, UKM juga harus memiliki daya tawar dan keunggulan bersaing yang tinggi yang juga disebut sebagai orientasi kewirausahaan, sebagaimana merujuk dari hasil beberapa penelitian tentang pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi telah banyak dilakukan. Namun, terdapat beberapa kontradiksi, misalnya dalam penelitian Ndubisi & Agarwal (2014) berbeda dengan Buli (2017) dalam dimensi orientasi kewirausahaan. Hasil penelitian Ndubisi & Agarwal (2014) menunjukkan bahwa otonomi tidak berpengaruh signifikan terhadap inovasi, hasil yang sama juga ditunjukkan pada penelitian Arshad *et al* (2014). Sedangkan pada penelitian Buli (2017) menemukan bahwa otonomi berpengaruh terhadap inovasi. Mason *et al* (2015) yang meneliti pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM pada dua wilayah yang berbeda yakni di Italia dan Austria, menemukan hasil penelitian yang berbeda pada dua wilayah tersebut.

Mason *et al.* (2015) menemukan bahwa sikap agresif berkompetisi dan otonomi tidak berpengaruh dengan kinerja UKM di Udine Italia. Sedangkan di Kartner Austria, sikap agresif berkompetisi dan otonomi berpengaruh signifikan dengan kinerja UKM. Mohutsiwa (2012) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UKM di Afrika Utara, sedangkan pada penelitian Pardi *et al.* (2014) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap UKM batik di Jawa Tengah. Maka *Strategic Entrepreneurship* (SE) merupakan perilaku yang simultan dalam mencari peluang (*opportunity-seeking*) dan sekaligus mencari keunggulan (*advantage-seeking*) kinerja perusahaan yang unggul Ireland *et al.* (2003). *Strategic Entrepreneurship* mampu menciptakan bidang riset baru, agar dapat memanfaatkan peluang riset baru yang ditawarkan, pemahaman lebih mendalam tentang riset ini harus dikembangkan Kraus *et al.* (2011) Kewirausahaan strategis

telah muncul sebagai konsep baru dalam menguji konvergensi dalam studi tentang kewirausahaan (perilaku mencari peluang) dan manajemen strategis (perilaku mencari keunggulan).

Model konsep kewirausahaan strategis yang telah dikembangkan oleh Ireland menyarankan bahwa perusahaan yang secara linier dan berurutan, menggunakan cara berpikir kewirausahaan untuk mengidentifikasi peluang mengelola sumber daya secara strategis untuk menghadapi peluang menerapkan kreativitas dan inovasi dan menghasilkan keunggulan bersaing merupakan tindakan secara strategis dan kewirausahaan. UKM harus memaksimalkan dalam mengejar peluang bisnis baru sekaligus secara simultan memaksimalkan hasil dan aplikasi keunggulan bersaing untuk menciptakan nilai organisasi secara berkelanjutan (Ireland, *et al* 2003)

Pertumbuhan UKM masih menjadi masalah karena adanya hambatan terhadap akses keuangan yang menghalangi partisipasi yang lebih besar dalam perekonomian dan menghalani UKM untuk memperluas operasi bisnis mereka. UKM membutuhkan lebih banyak subsidi penelitian dan pengembangan untuk berinovasi dibandingkan dengan usaha besar Czarnitzki & Delanote 2015, Subsidi yang ditawarkan oleh pemerintah dapat berupa kredit pajak atau hibah langsung Kobayashi, 2014, Cin et al 2017

Sebagai negara berkembang, UKM di Indonesia masih belum sepenuhnya menggunakan dan memanfaatkan TI dalam proses bisnisnya. Dukungan pemerintah akan cenderung menggerakkan UKM untuk mengadopsi TI (Nugroho, 2015). Ketersediaan tenaga kerja terampil di Indonesia yang sangat sedikit, mendorong pemerintah untuk fokus pada produksi tenaga kerja terampil yang memenuhi kebutuhan UKM

Intervensi yang dirancang untuk mendukung UKM sangat populer di kalangan pembuat kebijakan, mengingat peran UKM dalam perekonomian di Indonesia. Menurut Amar (2012), dukungan yang diberikan haruslah sesuai dengan kebutuhan UKM. Sayangnya, program pemerintah saat ini untuk memperkuat UKM lokal masih jauh dari kebutuhan mereka, terutama untuk membantu adopsi inovasi

Mengingat pentingnya UKM bagi perekonomian lokal, penting untuk mempelajari dan mengevaluasi kinerja UKM. Penelitian ini dimaksudkan untuk menyelidiki kinerja UKM batik dan mengisi kesenjangan penelitian dengan menyoroti faktor-faktor dukungan pemerintah untuk meningkatkan kinerja UKM baik secara langsung. Beberapa studi empiris telah menegaskan peran dukungan pemerintah terhadap kinerja UKM (Adebiyi *et al.*, 2017; Briozzo dan Cardone-Riportella, 2016; Motta, 2018; Cin *et al.*, 2017; Karhunen dan Huovari, 2016; Romero-Jordan *et al.*, 2014; Garone *et al.*, 2015) dan peran dukungan pemerintah terhadap inovasi UKM (Paik *et al.*, 2017; Cowling, 2016; Yu-Bing *dkk.*, 2011; Czarnitzki dan Delanote, 2015; Uvarova, 2019). Namun, beberapa penelitian yang meneliti pengaruh dukungan pemerintah terhadap kinerja UKM melalui efek mediasi variabel inovasi (Yang, 2017; Hervas-Oliver *dkk.*, 2016; Udimal *dkk.*, 2019).

Objek yang dipilih dalam penelitian ini adalah UKM sektor batik yang ada di Pulau Madura yakni di Kabupaten Sumenep, Pamekasan, Sampang dan Bangkalan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang orientasi kewirausahaan, dukungan pemerintah dalam meningkatkan inovasi dan kinerja UKM. Penelitian ini dimaksudkan juga untuk mengisi kesenjangan penelitian terdahulu dengan menjadikan UKM Sektor Batik sebagai obyek penelitian yang dilakukan di empat Kabupaten di wilayah Kepulauan Madura.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, pokok permasalahan yang akan diteliti secara mendalam pada penelitian ini adalah:

1. Apakah Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Inovasi Produk ?
2. Apakah Dukungan Pemerintah berpengaruh terhadap Inovasi Produk?
3. Apakah Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan?
4. Apakah Dukungan Pemerintah berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan?
5. Apakah Inovasi Produk berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menjelaskan pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi produk
2. Menjelaskan pengaruh dukungan pemerintah terhadap inovasi produk
3. Menjelaskan pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan
4. Menjelaskan pengaruh dukungan pemerintah terhadap kinerja perusahaan
5. Menjelaskan pengaruh inovasi produk terhadap kinerja perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap adanya bukti empiris yang semakin menguatkan teori-teori yang menyatakan:

- a. Bahwa orientasi kewirausahaan melalui inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja perusahaan (Ndubisi & Agarwal, 2014; Buli, 2017; Mason *et al.*, 2015; Mohutsiwa, 2012; Pardi *et al.*, 2014)
- b. Bahwa dukungan pemerintah melalui inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja perusahaan (Adebiyi *et al.*, 2017; Briozzo & Cardone Riportella, 2016; Motta, 2018; Cin *et al.*, 2017; Karhunen & Huovari, 2016; Romero *et al.*, 2014; Garone *et al.*, 2015)
- c. Menguatkan teori-teori yang menyatakan kinerja perusahaan dipengaruhi inovasi produk (Keskin, 2006; Ar & Baki, 2011; Sok *et al.*, 2013; Thakur & Hale, 2013; Al-Ansari *et al.*, 2013; Iscan *et al.*, 2014; Ndubisi & Agarwal, 2014).
- d. Temuan baru yang menambah khasanah pandangan tentang konsep peran kebijakan pemerintah dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan dengan inovasi produk sebagai variabel mediasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini, nantinya diharapkan ada beberapa manfaat praktis dari penelitian ini yaitu:

- a. Temuan pada penelitian ini nantinya diharapkan dapat membantu UKM batik di Pulau Madura untuk mengetahui bahwa kinerja perusahaan dipengaruhi langsung oleh orientasi kewirausahaan dan dukungan

pemerintah sangat disarankan untuk mendukung berkembangnya inovasi produk batik, mengingat batik adalah salah satu produk kreatif yang tentunya harus selalu berinovasi agar dapat menghasilkan kualitas produk-produk batik baru dengan berbagai varian motif batik yang sesuai dengan selera pasar yang tidak menentu.

- b. Hasil temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan informasi yang bermanfaat bagi tenaga pengajar dan peneliti yang ingin mendalami tentang orientasi kewirausahaan, dukungan pemerintah terhadap inovasi dan kinerja UKM dari perspektif *resource based view*, dan khususnya bagi peneliti. Temuan penelitian ini dapat menjadi motivasi untuk melakukan penelitian lanjutan dengan menyempurnakan kekurangan dalam penelitian ini baik dari segi hubungan antar variabel, temuan penelitian yang tidak signifikan dan keterbatasan penelitian.
- c. Dan selanjutnya temuan pada penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu rujukan bagi Pemerintah Daerah di Kepulauan Madura Khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan maupun dinas-dinas lainnya yang terkait dengan UKM yang tugas pokoknya melakukan pemberdayaan pada UKM dalam merancang kebijakan dan program-program pemberdayaan, khususnya program dan kebijakan bantuan langsung, pelatihan dan pendampingan, terutama terkait dengan temuan-temuan yang tidak signifikan terhadap kinerja UKM Batik di Pulau Madura.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Strategi

Manajemen strategi, menurut David (2013) mengemukakan bahwa manajemen strategi adalah seni dan ilmu untuk 'formulasi-implementasi dan evaluasi keputusan-keputusan yang bersifat lintas fungsional, yang digunakan sebagai panduan tindakan bagi fungsi sumber daya manusia (SDM), pemasaran keuangan, produksi, dan lain-lain agar organisasi dapat mencapai tujuannya. Keputusan-keputusan yang bersifat lintas fungsional inilah yang dapat ditafsirkan sebagai strategi. Manajemen strategi adalah kumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan dan penerapan strategi yang di desain untuk mencapai sasaran organisasi (Pearce & Robinson 2013).

Dalam perkembangannya manajemen strategi sektor bisnis telah berkembang melalui dua paradigma utama berupa *Market-Based View* (MBV) dan *Resource-Based View* (RBV). Penrose (1959) dan Wernerfelt (1984) mengemukakan bahwa teori RBV memandang perusahaan sebagai kumpulan sumber daya dan kemampuan. Teori RBV berasumsi bahwa perusahaan bersaing berdasarkan sumber daya dan kemampuan. Perbedaan sumber daya dan kemampuan perusahaan dengan perusahaan pesaing akan memberikan keuntungan kompetitif (Mohutsiwa 2012)

Strategi yang dilakukan menurut paradigma RBV, adalah dengan mengalokasikan sumber daya kepada kebutuhan pasar pada saat kemampuan perusahaan pesaing tidak mencukupi sehingga akan memberikan hasil yang efektif bagi perusahaan. Sumber daya dan kemampuan perusahaan merupakan hal yang penting dalam strategi tingkat bisnis. Sumber daya bernilai dapat memengaruhi berbagai usaha yang dilakukan perusahaan merupakan hal yang penting dalam strategi tingkat korporasi. Fokus RBV yaitu apa yang dapat membuat sumber daya menjadi superior dan mengapa para pesaing tidak bisa mendapatkan, menciptakan atau meniru sumber daya yang lebih baik dengan

mudah. Jawabannya adalah karakteristik sumber daya dan kemampuan yang disebut sebagai 'aset strategis' Mohutsiwa (2012). Aset strategis seperti budaya perusahaan yang secara sosial kompleks, bersifat diam dan menyebabkan kebiasaan telah menjadi perhatian.

Pada tingkat bisnis, sejumlah penelitian telah dilakukan untuk menganalisis hubungan antara sumber daya dan keberlangsungan keunggulan kompetitif seperti (Dierickx & Cool, 1989; Barney, 1991; Peteraf, 1993). Pada tingkat korporasi, manajer harus memperhatikan bagaimana aset strategis memengaruhi kinerja perusahaan. Pengaruhnya tidak hanya berdasarkan pada karakteristik sumber daya, tetapi juga pada mekanisme komunikasi dan koordinasi perusahaan. Faktor-faktor ini memungkinkan perusahaan mengembangkan aset strategis hingga pada kegiatan usahanya. Kinerja suatu perusahaan bergantung pada konsistensi internal diantara ketiga elemen 'strategi segitiga korporasi' tersebut, yakni sumber daya, usaha, dan mekanisme organisasi, dimana di dalamnya termasuk struktur, sistem dan proses organisasi (Collins & Montgomery 2005).

Maka, konstruk yang dibangun pada penelitian ini terdiri dari konstruk kinerja bisnis, inovasi produk, orientasi kewirausahaan dan dukungan pemerintah. Keempat konstruk tersebut masuk kedalam *Resource Based View* (RBV) (Barney *et al.*, 2007; Mele *et al.*, 2006) yang menginduk ke *grand theory* manajemen strategi dan mulai berkembang mulai tahun 1990-an. Kajian strategi perusahaan berbasis orientasi kewirausahaan dan dukungan pemerintah ini, mempunyai karakteristik tersendiri yakni dengan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Orientasi kewirausahaan, inovasi merupakan sumber daya perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Orientasi kewirausahaan sebagai orientasi strategis perusahaan dalam menggunakan aspek kewirausahaan tertentu dari gaya, metode dan praktik dalam mengambil kebijakan (Azis, *at el* 2017)

2.1.1 Strategi Kewirausahaan (*Strategic Entrepreneurship*)

Orientasi kewirausahaan adalah sebagai sikap individu terhadap kegiatan wirausaha, baik dalam perusahaan yang ada atau menciptakan usaha baru. Mahmood & Hanafi. (2013) berpendapat bahwa orientasi kewirausahaan

memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan ide dan mewujudkannya dalam bentuk produk dan layanan baru, berpartisipasi dalam proyek berisiko, memprediksi kebutuhan masa depan, dan menemukan peluang pasar baru. Orientasi kewirausahaan mewakili kegiatan kewirausahaan yang mengacu pada proses, praktik, gaya pengambilan keputusan, dan perilaku yang mengarah pada masuk ke pasar baru atau yang sudah mapan dengan barang atau jasa baru atau yang sudah ada (Ndubisi dan Agarwal 2014)

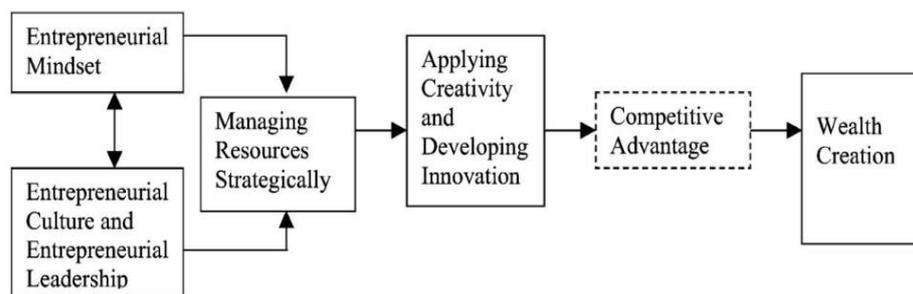
Orientasi kewirausahaan memiliki lima dimensi, yaitu keinovasian, berani mengambil risiko keotonomian, keproaktifan, dan agresivitas kompetitif. Keinovasian dapat didefinisikan sebagai kreativitas dan eksperimen dalam memperkenalkan produk/layanan baru serta memajukan teknologi dan litbang untuk mengembangkan produk atau proses baru Ndubisi dan Agarwal (2014). Sedangkan berani mengambil risiko adalah kesediaan suatu perusahaan untuk menginvestasikan sumber daya dalam suatu usaha yang mana hasilnya mungkin sangat tidak pasti atau tidak diketahui. Keotonomian mengacu pada tindakan independen individu atau kelompok dalam memunculkan ide atau visi dan membuat hasil akhir dari ide atau visi tersebut (Ndubisi dan Agarwal 2014)

Orientasi kewirausahaan mengacu pada orientasi strategik sebuah bisnis namun juga mencakup aspek gaya, metode, dan praktik pengambilan keputusan wirausaha yang spesifik. UKM yang memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi akan cenderung melakukan tindakan-tindakan yang didasarkan pada keputusan inovatif, berani mengambil resiko bisnis dan cenderung melakukan tindakan yang proaktif dalam mengantisipasi persaingan usaha dan memanfaatkan peluang. Hal ini akan mendorong kinerja semakin baik. Orientasi kewirausahaan tidak hanya memiliki hubungan dengan peningkatan kinerja atau keberhasilan perusahaan, akan tetapi juga memiliki hubungan dengan kemampuan manajemen dan strategi bisnis. Pemilik UKM yang mempunyai jiwa *entrepreneur* serta didukung dengan kemampuan manajemen, sangat penting dan diperlukan untuk mengkoordinasikan sumber daya perusahaan agar dapat diperoleh hasil yang efektif dan efisien (Mohutsiwa 2012).

Berbagai literatur menggambarkan orientasi kewirausahaan sebagai *entrepreneur personality* Buli (2017) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan sebagai *entrepreneurial feelings*. Mason (2015) menjelaskan bahwa orientasi kewirausahaan berkaitan dengan pencarian peluang, keberanian mengambil resiko dan keputusan untuk bertindak dari pimpinan organisasi. Orientasi kewirausahaan akan menjadi sistem nilai bagi perusahaan dan akan menentukan gerak atau strategi perusahaan. Perusahaan yang memiliki sistem nilai akan terus mencari peluang, untuk mencoba memasuki pasar baru guna mengambil peluang yang ada.

Orientasi kewirausahaan dan manajemen strategis merupakan bidang baru riset yang disebut dengan SE (*Strategic Entrepreneurship*). Hal itu berhubungan dengan tindakan perusahaan melakukan dalam eksploitasi peluang Ireland & Webb (2007). SE meliputi pengambilan tindakan *entrepreneurial* dengan orientasi manajemen strategis (Hitt *et al.* 2001a; Ireland *et al.* 2003). Kedua perspektif tersebut perlu untuk penciptaan nilai, tidak cukup sendiri saja McGrath & MacMillan (2000). Jika *entrepreneurship* dipahami sebagai identifikasi dan penciptaan peluang baru dan jika strategis manajemen dipahami sebagai transformasi peluang ini ke dalam *sustainable competitive advantage* (Kuratko *et al.* 2005; Venkataraman dan Sarasvathy, 2001; Zahra dan Dess, 2001), pencarian peluang *entrepreneurial* dapat juga dianggap sebagai perilaku strategis dengan tujuan penciptaan nilai (Ireland *et al.* 2003; Ramachandaran *et al.*, 2006).

Ireland *et al.* (2003) yang memfokuskan variabel SE pada bagaimana perilaku mencari peluang dan keunggulan sehingga dapat diintegrasikan untuk menciptakan keseimbangan antara kedua perilaku untuk mencapai *sustainable competitive advantage* dinilai oleh Kyrgidou dan Hughes (2010) telah gagal mempertimbangkan pertimbangan waktu dan ruang berkaitan dengan “*balance*”.



Gambar 2.1 Model Kewirausahaan Strategis

Sumber: Irelandy *et al* (2003)

Strategic Entrepreneurial terungkap dalam empat bagian utama. Pertama, pola pikir kewirausahaan dan menjelaskan komponen utamanya, peluang kewirausahaan, kewaspadaan kewirausahaan, pilihan nyata, dan kerangka kerja kewirausahaan. Kedua, kami memeriksa budaya kewirausahaan dan kepemimpinan kewirausahaan sebagai aspek penting dari SE. Di bagian utama ketiga, bagaimana mengelola sumber daya organisasi secara strategis memberikan landasan bagi perilaku mencari peluang dan mencari keuntungan perusahaan. Didasarkan pada teori berbasis sumber daya, manajemen strategis sumber daya melibatkan serangkaian tindakan yang komprehensif (yaitu, menyusun portofolio sumber daya, menggabungkan sumber daya dalam portofolio ke dalam kemampuan dan memanfaatkan berbagai kemampuan) yang diperlukan untuk mengenali peluang dan mengembangkan keunggulan kompetitif. untuk berhasil mengeksploitasi mereka.

Modal keuangan, modal manusia, dan modal sosial adalah sumber daya paling penting yang terlibat dengan pengelolaan sumber daya yang efektif. Bagian keempat berkaitan dengan penerapan kreativitas dan pengembangan inovasi, yang merupakan hasil kritis dari pola pikir kewirausahaan, budaya kewirausahaan dan praktik kepemimpinan kewirausahaan serta manajemen strategis sumber daya perusahaan. (Irelandy *et al* 2003)

Manajemen strategis sangat dipengaruhi oleh sumber daya yang berpengaruh pada lingkungan dinamis, stabil, dan ramah; struktur organisasi serta entrepreneurial leadership. Semuanya mengarahkan pengembangan kapabilitas.

Kemampuan untuk mengantisipasi dan kemudian menanggapi dengan tepat terhadap perubahan lingkungan melalui kapabilitas penginderaan yang trampil Hiit *et al* (2011) merupakan salah satu input yang paling penting bagi *Strategic Entrepreneurship*

Dalam *Strategic Entrepreneurship*, identifikasi peluang membentuk dasar untuk memperoleh sumber daya baru dan pengembangan sumber daya yang ada untuk keseluruhan manajemen strategis bagi perusahaan baru atau perusahaan kecil-menengah untuk pemanfaatan peluang berikutnya. Oleh karenanya, identifikasi peluang adalah awal perilaku *entrepreneurial*. Peluang juga merupakan dasar bagi perusahaan ketika mengembangkan sumberdaya dan kapabilitas, yang kemudian dapat mengarahkan keunggulan kompetiti dalam lingkungan yang berbeda (Kraus *et al.*, 2011).

2.1.2. Inovasi Produk

Menurut Bigliardi & Galati (2013), inovasi adalah keberhasilan secara sosial dan ekonomi karena diperkenalkannya cara baru atau kombinasi baru dari cara lama dalam mengubah input menjadi output sedemikian rupa sehingga dihasilkan perubahan besar dalam perbandingan antara nilai manfaat dan harga menurut persepsi pembeli dan/atau pengguna. Nilai manfaat merupakan persepsi atas kegunaan atau kemanfaatan suatu produk (barang atau jasa) yang ditangkap, dilihat, dirasakan dan dialami oleh pelanggan. Seorang calon konsumen atau calon pelanggan mempersepsikan nilai manfaat berdasarkan berbagai informasi, tampilan, tampakan, testimoni, dan/atau pengalaman yang diterimanya. Persepsi nilai manfaat juga sangat biasa didorong oleh adanya kebutuhan akan suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari.

Sedangkan menurut Chang & Yang (2012), inovasi adalah seni. Inovasi tidak dapat dipelajari. Inovasi tidak memiliki sistem, atau prinsip-prinsip dasar. Hanya orang-orang berbakat dapat membuatnya. Cucculelli & Peruzzi (2020) mendefinisikan inovasi sebagai penciptaan kondisi untuk kreativitas dan untuk menerapkan ide-ide terbaik. Kreativitas adalah proses menghasilkan ide-ide baru.

Meehee. *at el* (2017) membagi inovasi menjadi tiga, yaitu inovasi kelembagaan, inovasi revolusioner, dan inovasi evolusioner. Inovasi kelembagaan

terjadi karena desain dan hasil dari rutinitas dan prosedur organisasi. Inovasi revolusioner merupakan langkah-perubahan dalam modus inovasi sebagai dampak dalam lingkungan yang kompetitif yang mengganggu. Inovasi evolusioner dirancang untuk membantu organisasi bergerak melampaui kemampuannya saat ini dengan membuat batas-batas yang dirasakan saat ini dan kendala yang tidak jelas.

Dari berbagai spesifikasi-klasifikasi inovasi, penelitian ini berfokus pada dimensi yang paling sering digunakan yaitu inovasi produk dan inovasi proses seperti penelitian yang dilakukan oleh Suh *et al.* (2012), dan Ndubisi *et al.* (2014). Deskripsi kedua dimensi tersebut sebagai berikut:

- 1) Inovasi produk melibatkan pembuatan produk baru untuk menciptakan pasar/pelanggan baru atau memuaskan pasar/pelanggan yang sudah ada.
- 2) Inovasi proses melibatkan penciptaan atau peningkatan metode produksi yang memungkinkan layanan atau operasi administratif untuk mendukung pembuatan produk baru, dan meningkatkan proses teknologi atau praktik operasional.

Inovasi tidak selalu melibatkan adopsi teknologi baru yang radikal maupun pengenalan utama produk, layanan atau proses baru. Sebaliknya, terutama untuk UKM, lebih berkonsentrasi pada berbagai inovasi inkremental berdasarkan ide-ide yang diadopsi dari pelanggan, pesaing dan pemasok untuk meningkatkan produk dan proses mungkin menjadi cara yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing secara keseluruhan.

Menurut Myers & Marquis dalam Kotler (2016), inovasi produk merupakan hasil dari berbagai macam proses yang digabungkan dan saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Dengan dilakukannya inovasi produk, diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut didukung oleh Kotabe dalam Tamamudin (2012), yang menunjukkan bahwa meningkatnya kinerja perusahaan melalui peningkatan keputusan pembelian, dipengaruhi oleh inovasi produk yang dilakukan perusahaan. Menurut Kotler & Keller (2016), dimensi dari inovasi produk diantaranya: produk baru bagi dunia, perbaikan

produk yang sudah ada, lini produk baru, tambahan pada lini produk yang telah ada.

Pengaruh inovasi produk pada kinerja bisnis telah menjadi salah satu isu yang sangat penting pada literature-literatur penelitian saat ini. Inovasi produk mencerminkan solusi atas ancaman dan peluang pasar, menciptakan apa yang disebut basis bertahan hidup dan sukses perusahaan masuk ke masa depan disisi lain inovasi produk mengandung biaya dan aktifitas yang berisiko dan salah satu isu yang sangat khusus berkaitan dengan perusahaan kecil adalah terbatasnya kompetensi manajemen dan finansial Meehee, *at el* (2017).

Sehingga inovasi produk dapat diukur dalam beragam cara pada penelitian sebelumnya, terutama menggunakan produk baru perusahaan yang dikenalkan (Damanpour *et al.*, 1989; Jaskyte & Kisieliene, 2006; Laursen & Foss, 2003). Sedangkan menurut Manu dalam Valencia *et al* (2010) tidak harus dengan produk baru, namun bisa juga dengan input misalnya, biaya riset dan pengembangan, atau waktu (sebagai pioner, menjadi yang kedua dan menjadi yang paling akhir).

2.1.3 Kinerja Bisnis

Kinerja adalah istilah umum yang digunakan untuk menunjukkan sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode. Menurut Nugrahayu & Retnani (2015), kinerja bisnis sebagai keberhasilan perusahaan secara keseluruhan dalam mencapai sasaran-sasaran strategik yang telah ditetapkan melalui inisiatif strategik pilihan. Kinerja perusahaan diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk meraih tujuannya melalui pemakaian sumber daya secara efisien dan efektif dan menggambarkan seberapa jauh suatu perusahaan mencapai hasilnya setelah dibandingkan dengan kinerja terdahulu previous performance dan kinerja organisasi lain bench marking, serta sampai seberapa jauh meraih tujuan dan target yang telah ditetapkan Nugrahayu & Retnani (2015). Kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi yang tertuang dalam perumusan skema strategis (*strategic planning*) suatu organisasi Tahaka (2013).

Pengukuran kinerja merupakan pendekatan sistematis dan terintegrasi untuk memperbaiki kinerja organisasi dalam rangka mencapai tujuan strategi organisasi dan mewujudkan visi-misinya Pratiwi & Mildawati (2014). Pengukuran kinerja adalah salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan karena merupakan usaha memetakan strategi ke dalam tindakan pencapaian target tertentu Dewi, *et al* (2015). Sistem pengukuran kinerja dapat dijadikan sebagai alat pengendalian organisasi, karena pengukuran kinerja diperkuat dengan menetapkan *reward* dan *punishment system* Dewi, *et al* (2015). Menurut Horngren dalam Dewi *et al* (2015), pada dasarnya ukuran kinerja yang baik mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- 1) Berhubungan dengan tujuan perusahaan
- 2) Mempunyai perhatian yang seimbang antara jangka pendek dan jangka panjang
- 3) Menggambarkan aktivitas kunci manajemen
- 4) Dipengaruhi oleh tindakan karyawan
- 5) Siap dipahami oleh karyawan
- 6) Digunakan dalam evaluasi dan bermanfaat bagi karyawan
- 7) Bertujuan logis dan merupakan pengukuran yang mudah

Tujuan pengukuran kinerja bisnis menurut Tangkilisan dalam penelitian Nugrahyu & Retnani (2015) adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk memastikan pemahaman para pelaksana dan ukuran yang digunakan untuk pencapaian prestasi
- 2) Memastikan tercapainya skema prestasi yang disepakati
- 3) Untuk memonitor dan mengevaluasi kinerja dengan perbandingan antar skema kerja dan pelaksanaannya
- 4) Untuk memberikan penghargaan maupun hukuman yang obyektif atas prestasi pelaksanaan yang telah diukur, sesuai dengan metode pengukuran yang telah disepakati
- 5) Menjadikannya sebagai alat komunikasi antara bawahan dan pimpinan dalam upaya memperbaiki kinerja perusahaan
- 6) Mengidentifikasi apakah kepuasan pelanggan sudah terpenuhi
- 7) Membantu proses kegiatan perusahaan
- 8) Untuk memastikan bahwa pengambilan keputusan telah dilakukan secara obyektif
- 9) Menunjukkan peningkatan yang perlu dilakukan
- 10) Mengungkapkan permasalahan yang terjadi

Manfaat pengukuran kinerja adalah untuk memperoleh informasi yang akurat dan valid tentang perilaku dan kinerja anggota organisasi Pratiwi &

Mildawati (2014). Manfaat pengukuran kinerja menurut Hanuma & Kiswara (2010) adalah sebagai berikut:

- 1) Mengelola operasi organisasi secara efektif dan efisien melalui pemotivasian karyawan secara maksimum.
- 2) Membantu pengambilan keputusan yang bersangkutan dengan karyawan seperti promosi, pemberhentian dan mutasi.
- 3) Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan karyawan dan untuk menyediakan kriteria seleksi dan evaluasi program pelatihan karyawan.
- 4) Menyediakan umpan balik bagi karyawan mengenai bagaimana atasan mereka menilai kinerja mereka.
- 5) Menyediakan suatu dasar bagi distribusi penghargaan.

Dalam pengukuran kinerja, diperlukan alat ukur yang tepat untuk mengukur kinerja. Sistem pengukuran kinerja yang efektif adalah sistem pengukuran yang dapat memudahkan manajemen untuk melaksanakan proses pengendalian dan memotivasi manajemen untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerjanya.

Kinerja perusahaan merupakan faktor yang umum digunakan untuk mengukur dampak dari strategi yang diterapkan oleh perusahaan. Dengan kata lain, kinerja perusahaan adalah konsep untuk menilai prestasi atas aktivitas bisnis yang dilakukan oleh perusahaan. Namun Adebisi, *et al* (2017) menyatakan bahwa kinerja merupakan sebuah konsep yang sulit, baik definisi maupun dalam pengukurannya. bahwa pengukuran kinerja merupakan sesuatu yang kompleks dan tantangan besar bagi seorang peneliti. Pengukuran kinerja merupakan tantangan besar karena sebagai sebuah konstruk, kinerja bersifat multidimensional sehingga penggunaan pengukuran tunggal tidak mampu memberikan pemahaman yang komprehensif. Oleh karena itu, kinerja dapat diukur dengan menggunakan berbagai dimensi. Arshad, *et al* (2015) berpendapat bahwa kinerja harus "mencakup tidak hanya kinerja organisasi pada dimensi sebelumnya, tetapi juga setiap tujuan keuangan dan non keuangan lainnya yang mungkin penting bagi organisasi". Dari berbagai definisi kinerja di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan *performance* atau penampilan atau hasil kerja seseorang maupun organisasi dalam melaksanakan pekerjaan untuk mencapai tujuan serta dapat diukur dengan standar yang telah ditetapkan selama periode tertentu.

Kinerja bisnis yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan poin utama sebagaimana terdapat dalam penelitian-penelitian manajemen lainnya. Menurut Buli (2017) kinerja bisnis meliputi tiga bidang tertentu diantaranya kinerja keuangan (laba, *return on asset*, *return on investment* dan lain-lain), kinerja pasar produk (penjualan, pasar saham dan lain-lain), pengembalian pemegang saham total pengembalian pemegang saham, nilai tambah ekonomi dan lain-lain). Kinerja perusahaan dalam bidang keuangan dapat diukur dengan pengembalian hasil investasi, hasil perolehan laba dan langkah-langkah profit. Sedangkan penilaian kinerja non keuangan dapat berupa otonomi, kepuasan pelanggan, pertumbuhan penjualan, pangsa pasar pertumbuhan dan kepuasan kerja karyawan.

Dalam penelitian ini, kinerja UKM akan diukur melalui persepsi dari manajer/pemilik UKM tentang pertumbuhan penjualan pertumbuhan volume penjualan dan pengembalian modal. Pengukuran kinerja ini berdasarkan pada service yang terdaftar dalam *Ghana Business Directory* (GBD) di Ghana. Pengukuran kinerja tersebut menggunakan pengukuran kinerja non keuangan yang terdiri atas tiga item indikator yaitu, keuntungan penjualan, volume penjualan dan pengembalian investasi modal perusahaan. Pengukuran kinerja tersebut digunakan peneliti karena peneliti kesulitan untuk mendapatkan data keuangan dari perusahaan karena UKM Batik masih menggunakan cara tradisional (manual, mencatat sederhana) dalam sistem pembukuan keuangan.

2.1.4 Dukungan Pemerintah

Wuryandani (2013) Dukungan pemerintah untuk berperan aktif dalam mengembangkan UKM diantaranya adalah untuk menumbuhkan potensi UKM, dan kontribusi UKM terhadap pembangunan perekonomian nasional dalam rangka pemerataan pembangunan, memperluas lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan. Sehingga kebijakan pemerintah terhadap para pelaku UKM hendaknya memiliki tujuan secara administratif dan pengaturan usaha, serta memiliki tujuan untuk melakukan pembinaan kepada para pelaku UKM.

Usaha kecil menengah (UKM) merupakan sektor yang penting dan besar kontribusinya dalam mewujudkan sasaran-sasaran pembangunan ekonomi nasional, seperti pertumbuhan ekonomi, kesempatan kerja, peningkatan devisa

negara, dan pembangunan ekonomi daerah. UKM diharapkan mempunyai kemampuan untuk ikut memacu pertumbuhan ekonomi nasional sehingga UKM membutuhkan pelindung berupa kebijakan pemerintah seperti undang-undang dan peraturan pemerintah. Adanya regulasi baik berupa undang-undang dan peraturan pemerintah yang berkaitan dengan UKM dari sisi produksi dan sisi perbankan, akan memacu peningkatan peranan UKM dalam perekonomian. Regulasi adalah seperangkat aturan yang dimaksudkan untuk memberikan perlindungan dan manfaat untuk masyarakat pada umumnya atau pada sekelompok masyarakat (Mason. *at el* 2015).

Berbagai bentuk dukungan pemerintah dalam menjamin kemajuan dan pengembangan UKM juga diprogramkan oleh Departemen Keuangan melalui SK Menteri Keuangan (Menkeu) No.316/KMK.016/1994. SK tersebut mewajibkan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk menyisihkan 1-5% laba perusahaan bagi Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK). Di Indonesia kebijakan terhadap UKM lebih sering dikaitkan dengan upaya pemerintah mengurangi pengangguran, memerangi kemiskinan dan pemerataan pendapatan. Karena itu pengembangan UKM sering dianggap secara tidak langsung sebagai kebijakan penciptaan kesempatan kerja, atau kebijakan redistribusi pendapatan. Berdasarkan beberapa pendapat dan langkah-langkah yang dilakukan pemerintah dalam menjamin pengembangan UKM dapat disimpulkan bahwa dalam rangka memberdayakan UKM dapat ditempuh meliputi:

1. Penetapan kebijakan pemberdayaan UKM dalam penumbuhan iklim usaha bagi usaha kecil di tingkat nasional yang meliputi: Pendanaan atau penyediaan sumber dana, tata cara dan syarat pemenuhan kebutuhan dana, persaingan, prasarana, informasi, kemitraan, perijinan.
2. Pembinaan dan pengembangan usaha kecil di tingkat nasional meliputi: produk, pemasaran, sumber daya manusia,
3. Teknologi fasilitasi akses penjaminan dalam penyediaan pembiayaan bagi UMKM ditingkat nasional meliputi: kredit perbankan; penjaminan lembaga bukan bank, pinjaman dari dana pengasihan sebagai laba BUMN, hibah, jenis pembiayaan lain.

Adanya kepastian dan perlindungan secara hukum kepada pelaku UKM, baik dalam operasional produksi maupun sisi perbankan, dapat memicu bertumbuhnya UKM, sehingga nantinya dapat memberikan kontribusi peningkatan perekonomian nasional Indonesia. Upaya perlindungan hukum dari pemerintah akan memberikan dampak terwujudnya ketertiban umum dalam usaha, dan memberikan kenyamanan kepada pelaku usaha maupun masyarakat luas, sehingga tercapai stabilitas sosial ekonomi (Wuryandani 2013).

Studi tentang peran dukungan pemerintah terhadap kinerja UKM telah banyak dilakukan sebelumnya, diantaranya penelitian yang dilakukan Adebisi *et al* (2017) meneliti 250 UKM di Negara Bagian Lagos, hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara praktik keuangan manajemen dan kinerja UKM. Pemerintah harus membuat pengaturan yang fleksibel bagi UKM untuk memudahkan mereka mengakses dana. Pemerintah harus menemukan cara untuk mendorong keuangan lembaga untuk memberikan pinjaman kepada UKM dengan memberikan jaminan, subsidi suku bunga dan insentif lainnya.

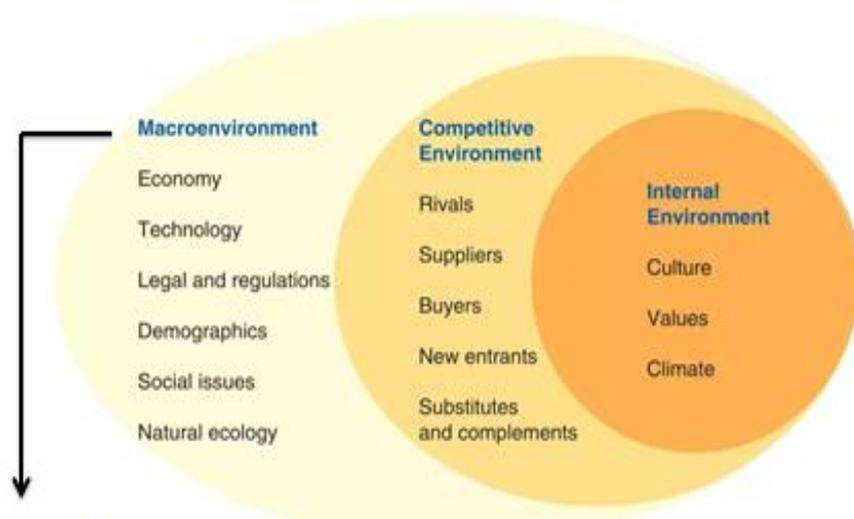
Sementara hasil penelitian Briozzo & Riportella (2016) menganalisis dampak dari dua program publik Spanyol yang memberikan dukungan finansial kepada UKM, yaitu pinjaman bersubsidi oleh Lembaga Perkreditan Resmi dan pinjaman bank yang dijamin oleh komunitas penjamin bersama. Program-program ini dapat mempengaruhi pertumbuhan aset, penjualan, dan rasio penjualan aset UKM. Motta (2018) juga menetapkan bahwa UKM yang melamar pinjaman bank tetapi ditolak memiliki pemerataan produktivitas tenaga kerja yang lebih rendah daripada UKM yang memperoleh pembiayaan.

Selanjutnya hasil penelitian Cin *et al* (2017) menemukan bukti signifikan bahwa ada pengaruh positif dari subsidi R & D publik pada pengeluaran dan nilai tambah produktivitas UKM manufaktur Korea. Sejalan dengan bahwa, subsidi Litbang juga menghasilkan efek lapangan kerja yang positif dan meningkatkan kelangsungan hidup perusahaan untuk UKM di Finlandia Karhunen & Huovari (2016). Hasil studi Jordan *et al* (2014) menunjukkan hasil yang berbeda bahwa kredit pajak dan hibah publik pada investasi R & D dari Spanyol UKM

manufaktur memiliki dampak yang sangat rendah. Bukti ini mengarahkan pemerintah untuk membahas desain kebijakan publik alternatif.

Kemudian dari hasil penelitian Garone *et al* (2015) mengevaluasi sentakan Kebijakan Brasil *Arranjos Produtivos Locais* (APL), kebijakan pengembangan bersama, tentang kinerja UKM di Brasil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan APL menghasilkan dampak langsung positif pada tiga hal yang menarik, yaitu pada pertumbuhan lapangan kerja, total nilai ekspor, dan kemungkinan ekspor

Kajian tentang dukungan pemerintah pada penelitian ini menjadi variabel endogen yang berasal dari faktor eksternal UKM Batik, merujuk pada konsep strategik kewirausahaan Irelandy *et al* (2003) konsep dukungan pemerintah merupakan bagian dari lingkungan wilayah usaha (*environment*).



Gambar 2.2 *The Organization as an Open System*

Sumber : Bateman & Snell (2017)

Manajemen strategis sangat dipengaruhi oleh sumber daya yang berpengaruh pada lingkungan dinamis, stabil, dan ramah; struktur organisasi serta *entrepreneurial leadership* Kraus *et al* (2011). Semuanya mengarahkan pengembangan kapabilitas. Kemampuan untuk mengantisipasi dan kemudian menanggapi dengan tepat terhadap perubahan lingkungan melalui kapabilitas penginderaan yang terampil Teece (2007) merupakan salah satu input yang paling penting bagi *Strategic Entrepreneurship. Environment* pada kajian *open system*

dan *system theory* dapat berupa *macroenvironment*, *competitive environment*, *internal environment* Bateman & Snell (2017). Jadi dukungan pemerintah merupakan bagian dari *macroenvironment*

Dari beberapa hasil penelitian yang sudah disebutkan diatas, membuktikan bahwa dukungan pemerintah memiliki pengaruh besar pada pertumbuhan dan perkembangan suatu perusahaan atau bisnis, karena dukungan pemerintah merupakan bagian dari strategi kewirausahaan, dan didukung juga dari beberapa hasil penelitian yang sudah dilakukan, walaupun ada juga beberapa penelitian yang menunjukkan hasil bahwa dukungan pemerintah tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, hal tersebut menjadi acuan peneliti untuk melakukan penelitian tentang pengaruh dukungan pemerintah dalam meningkatkan kinerja bisnis sektor batik di Pulau Madura

2.2. Usaha Kecil Menengah (UKM)

Usaha Kecil Menengah merupakan usaha yang dijalankan oleh perseorangan. UKM juga bisa disebut sebagai tulang punggung perekonomian di Indonesia. Pasalnya, UKM mampu menyumbangkan 60% dari PDB. Bahkan UKM juga mampu menampung tenaga kerja dalam jumlah banyak. Selain itu, UKM juga memberikan pendapatan terhadap perekonomian di Indonesia. Sederet dampak adanya UKM terhadap perekonomian diantaranya adalah mampu menyediakan lapangan kerja, mampu mengembangkan perekonomian lokal, dan mampu menciptakan pasar baru. Terdapat sejumlah pengertian usaha mikro yang diberikan oleh beberapa lembaga, antara lain:

- 1) Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan usaha mikro sebagai industri kerajinan rumah tangga yaitu perusahaan/usaha industri pengolahan yang mempunyai pekerja 1-4 orang, sedangkan usaha kecil mempekerjakan 5-19 orang.
- 2) Departemen Perindustrian dan Perdagangan mendefinisikan usaha-dagang mikro adalah usaha perdagangan yang mempunyai tenaga kerja 1-4 orang.
- 3) Departemen Keuangan mendefinisikan usaha mikro adalah usaha produktif milik keluarga atau perorangan WNI yang memiliki hasil penjualan paling banyak Rp 100.000.000 per tahun, sedangkan usaha kecil memiliki hasil penjualan paling banyak Rp 1 milyar per tahun.
- 4) Kantor Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah mendefinisikan usaha mikro dan usaha kecil adalah suatu badan usaha milik WNI baik perorangan maupun berbadan hukum yang memiliki

kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) sebanyak-banyaknya Rp 200 juta dan atau mempunyai omzet/nilai output atau hasil penjualan rata-rata per tahun sebanyak-banyaknya Rp 1 milyar dan usaha tersebut berdiri sendiri.

- 5) ABD mendefinisikan usaha mikro adalah usaha-usaha non pertanian yang mempekerjakan kurang dari 10 orang termasuk pemilik usaha dan anggota keluarga.
- 6) USAID mendefinisikan usaha mikro adalah kegiatan bisnis yang mempekerjakan maksimal 10 orang pegawai termasuk anggota keluarga yang tidak dibayar. Kadangkala hanya melibatkan 1 orang, yaitu pemilik yang sekaligus menjadi pekerja. Kepemilikan aset dan pendapatannya terbatas.
- 7) Bank Dunia mendefinisikan Usaha Mikro merupakan usaha gabungan atau usaha keluarga dengan tenaga kerja kurang dari 10 orang, termasuk didalamnya usaha yang hanya dikerjakan oleh satu orang yang sekaligus bertindak sebagai pemilik. Usaha mikro sering merupakan usaha tingkat survival (usaha untuk mempertahankan hidup), yang kebutuhan keuangannya dipenuhi oleh tabungan dan pinjaman berskala kecil.
- 8) ILO mendefinisikan Usaha Mikro di negara berkembang mempunyai karakteristik, antara lain usaha dengan maksimal 10 orang pekerja, berskala kecil, menggunakan teknologi sederhana, aset minim, kemampuan manajerial rendah, dan tidak membayar pajak Hastuti, dkk (2003).

Pada tanggal 4 Juli 2008 ditetapkan UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Definisi UMKM yang disampaikan oleh UU ini juga berbeda dengan definisi di atas. Menurut UU No 20 Tahun 2008 ini, yang disebut dengan Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Sedangkan Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan

merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Sebagai acuan utama definisi UKM, kajian ini mengacu pada BPS dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yaitu:

- a. memiliki jumlah tenaga kerja 5 sampai dengan 99 orang,
- b. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah), dan
- c. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Perlunya UKM memperhatikan faktor-faktor yang dapat memengaruhi kinerjanya, baik faktor internal maupun eksternal perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain dukungan pemerintah, sumberdaya manusia, pengetahuan dan inovasi.

Melihat dari penjelasan diatas usaha batik yang menjadi obyek pada penelitian ini, belum memenuhi syarat dikategorikan sebagai UKM, namun untuk memudahkan dalam penyebutan usaha batik selanjutnya menggunakan kata UKM agar mudah di pahami dan di baca oleh para pembaca.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk

Orientasi kewirausahaan disebut-sebut sebagai *spearhead* (pelopor) untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Perusahaan yang berorientasi kewirausahaan akan selalu berupaya menghasilkan produk-produk baru yang inovatif dan memiliki keberanian untuk menghadapi resiko Mohutsiwa (2012). Orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis dipandang memiliki kemampuan untuk meningkatkan kinerja sebuah perusahaan. Orientasi kewirausahaan sebagai strategi *benefit* perusahaan untuk

dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam *market place* yang sama. Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil risiko (Buli 2017)

Terdapat keterkaitan antara variabel orientasi kewirausahaan, inovasi, dan kewirausahaan (*new entry*), keterkaitan ini disebut dengan “*triadic connect*” Ndubisi (2014). Orientasi kewirausahaan mendukung inovasi di dalam organisasi dan inovasi mendorong munculnya *new entry*. Kewirausahaan dan inovasi merupakan konsep yang sering dihubungkan dengan peningkatan kinerja perusahaan sebagai sumber daya dalam keunggulan bersaing. Agustina (2019) berpendapat bahwa suatu perusahaan harus memiliki pemahaman yang baik mengenai peran kewirausahaan berbasis inovasi dalam keunggulan bersaing agar dapat lebih mengenal pasar yang dihadapi.

Djodjoko & Tawas (2014) menambahkan untuk dapat lebih memahami kewirausahaan guna mencapai keunggulan bersaing, perusahaan perlu menyelidiki bagaimana model pemasaran yang disusun oleh perusahaan menyesuaikan pasar dan lingkungan. Dan masih ada beberapa penelitian yang telah menguji pengaruh dukungan pemerintah terhadap kinerja UKM melalui efek mediasi dari variabel inovasi diantaranya (Yang, 2017; Hervas-Oliver *et al.*, 2016; Udimal *et al.*, 2019)

2.3.2 Hubungan Dukungan Pemerintah dan Inovasi Produk

Ada sejumlah studi tentang dukungan pemerintah dan inovasi UKM. Paik *et al.* (2017) melakukan studi terhadap 250 UKM sektor TI di Korea. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan pemerintah memiliki berpengaruh positif terhadap kemampuan standarisasi teknologi untuk inovasi UKM. Pemerintah bisa membangun infrastruktur dan mendorong persetujuan dan pemanfaatan perusahaan.

Hasil dari Studi Cowling (2016) menunjukkan bahwa penerimaan kredit pajak oleh UKM di Inggris menyebabkan peningkatan produk, layanan, atau inovasi proses. Selain itu, ada beberapa produk dan layanan tambahan inovasi,

dan ada bukti perbaikan proses radikal radikal, terutama jika digabungkan dengan kemampuan dan perencanaan yang kuat di tingkat perusahaan.

Faktor kunci penting yang mempengaruhi perkembangan platform jaringan informasi adalah layanan pemerintah dan dukungan teknis serta tingkat kesadaran UKM teknologi tinggi di Shanxi terhadap platform jaringan informasi Khourouh, *et al* (2019). Sedangkan kebijakan R&D pada Inovasi UKM di sektor teknologi tinggi Uni Eropa menunjukkan bahwa teknologi tinggi independen perusahaan tidak memiliki efek output yang lebih rendah daripada perusahaan lain dan dengan demikian menunjukkan bahwa arus fokus kebijakan pada jenis perusahaan tertentu tidak efektif (Delanote 2015).

Khourouh, *et al* (2019) mengidentifikasi ancaman utama dan ruang untuk pengenalan inovasi di UKM di enam negara Eropa (Bulgaria, Republik Ceko, Hongaria, Italia, Latvia, dan Slovenia). Kebijakan yang direkomendasikan untuk mempromosikan inovasi di UKM pedesaan dengan berfokus pada kerjasama dan jaringan, informasi dan pelatihan, program dukungan inovasi, promosi pemasaran dan penjualan dan tenaga kerja ketersediaan.

Studi tentang peran dukungan pemerintah terhadap inovasi UKM dilakukan oleh beberapa peneliti diantaranya (Paik *et al*, 2017; Cowling, 2016; Yu-Bing *dkk.*, 2011; Czarnitzki dan Delanote, 2015; Uvarova, 2019 selain itu, ada beberapa penelitian yang meneliti pengaruh dukungan pemerintah terhadap kinerja UKM melalui efek mediasi variabel inovasi (Yang, 2017; Hervas-Oliver *dkk.*, 2016; Udimal *dkk.*, 2019), sedangkan pada penelitian ini, peneliti menjadikan peran dukungan pemerintah sebagai variabel independen dan inovasi produk sebagai variabel dependen

2.3.3 Hubungan Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Bisnis

Orientasi kewirausahaan memegang peranan penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Miller & Friesen dalam Wardoyo & Rusdianti (2015) mengungkapkan bahwa orientasi kewirausahaan menjadi suatu makna yang dapat diterima untuk menjelaskan kinerja usaha. Buli (2017) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam *market place* yang sama. Orientasi kewirausahaan

mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil risiko. Kemampuan seseorang sesungguhnya merupakan proses belajar yang meliputi berbagai aspek, seperti pengetahuan, sikap dan ketrampilan.

Inovatif mengacu pada suatu sikap wirausahawan untuk terlibat secara kreatif dalam proses percobaan terhadap gagasan baru yang memungkinkan menghasilkan metode produksi baru sehingga menghasilkan produk atau jasa baru, baik untuk pasar sekarang maupun ke pasar baru. Kemampuan inovasi berhubungan dengan persepsi dan aktivitas terhadap aktivitas-aktivitas bisnis yang baru dan unik. Berani mengambil risiko merupakan sikap berani menghadapi tantangan dengan melakukan eksploitasi atau terlibat dalam strategi bisnis dimana kemungkinan hasilnya penuh ketidakpastian.

Hambatan risiko merupakan faktor kunci yang membedakan perusahaan dengan jiwa wirausaha dan tidak. Fungsi utama dari tingginya orientasi kewirausahaan adalah bagaimana melibatkan pengukuran risiko dan pengambilan risiko secara optimal. Orientasi kewirausahaan yang tercermin dari sikap penuh inovasi, proaktif dan keberanian mengambil risiko diyakini mampu mendorong kinerja perusahaan.

Dalam penelitian Buli (2017) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik. Selain itu dalam penelitian yang dilakukan Silviasih *et al.* (2016) menyimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Kemudian dalam penelitian Affendy *et al.* (2015) juga menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha.

2.3.4 Hubungan Dukungan Pemerintah dan Kinerja Bisnis

Studi tentang peran dukungan pemerintah terhadap kinerja UKM telah dilakukan sebelumnya. Ini karena peran penting UKM di sebagian besar negara maju dan berkembang. Adebisi *et al.* (2017) melakukan penelitian terhadap 250 UKM di Negara Bagian Lagos, hasil penelitian menunjukkan bahwa ada

hubungan yang signifikan antara praktik keuangan manajemen dan kinerja UKM. Pemerintah harus membuat pengaturan yang fleksibel bagi UKM untuk memudahkan mereka mengakses dana. Pemerintah harus menemukan cara untuk mendorong keuangan lembaga untuk memberikan pinjaman kepada UKM dengan memberikan jaminan, subsidi suku bunga dan insentif lainnya.

Studi *Briozzo & Cardone* (2016) menganalisis dampak dari dua program publik Spanyol yang memberikan dukungan finansial kepada UKM, yaitu pinjaman bersubsidi oleh Lembaga Perkreditan Resmi dan pinjaman bank yang dijamin oleh komunitas penjamin bersama. Program-program ini dapat mempengaruhi pertumbuhan aset, penjualan, dan rasio penjualan aset UKM.

Motta (2018) juga menetapkan bahwa UKM yang membutuhkan pinjaman bank tetapi ditolak memiliki pemerataan produktivitas tenaga kerja yang lebih rendah daripada UKM yang memperoleh pembiayaan. *Cin et al.* (2017) menemukan bukti signifikan bahwa ada pengaruh positif dari subsidi R & D publik pada pengeluaran R & D dan nilai tambah produktivitas UKM manufaktur Korea. Sejalan dengan bahwa, subsidi Litbang juga menghasilkan efek lapangan kerja yang positif dan meningkatkan kelangsungan hidup perusahaan untuk UKM di Finlandia (*Huovari* 2016).

Hasil studi *Jordan et al.* (2014) menunjukkan hasil yang berbeda bahwa kredit pajak dan hibah publik pada investasi R & D dari Spanyol UKM manufaktur memiliki dampak yang sangat rendah. Bukti ini mengarahkan pemerintah untuk membahas desain alternatif kebijakan publik. *Garone et al.* (2015) mengevaluasi gerakan Brasil *Arranjos Kebijakan Produtivos Locais* (APL), kebijakan pengembangan bersama, tentang kinerja UKM di Brasil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan APL menghasilkan dampak langsung positif pada tiga hal yang menarik hasil, yaitu pada pertumbuhan lapangan kerja, total nilai ekspor, dan kemungkinan ekspor. Sejumlah studi empiris diatas menegaskan peran kebijakan pemerintah terhadap kinerja UKM.

Beberapa studi empiris telah menegaskan peran dukungan pemerintah terhadap kinerja UKM (*Adebiyi et al.*, 2017; *Briozzo dan Cardone-Riportella*, 2016; *Motta*, 2018; *Cin et al.*, 2017; *Karhunen dan Huovari*, 2016; *Romero*

Jordan *et al.*, 2014; Garone *et al.*, 2015) dan hasil penelitian Zhang & Ayele 2022, Ibrahim & Mustapha 2019 dimana peran dukungan pemerintah menjadi variabel mediasi dan hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan pemerintah positif signifikan berpengaruh terhadap kinerja UKM

2.3.5 Hubungan Inovasi Produk dan Kinerja Bisnis

Zhang *et al* (2017) inovasi adalah elemen kunci dalam proses kewirausahaan. Inovasi mempunyai hubungan dengan kinerja perusahaan, sebagai contoh, keberhasilan inovasi proses dan inovasi produk mempunyai hubungan positif ke kinerja perusahaan. Dengan cara ini, inovasi produk dan proses bergantung pada pemurnian, perluasan, peningkatan, pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki perusahaan. Pengembangan produk baru dapat mengarah ke peningkatan pangsa pasar dan inovasi produk berhubungan ke peningkatan pangsa pasar studi-studi di perusahaan manufaktur Australia ditemukan ada hubungan antara kinerja finansial dan kinerja inovasi.

Chang *et al* (2012) meneliti 265 UKM dari berbagai sektor di Skotlandia. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi hirarkis dan regresi mediasi. Variabel bebas adalah internal organisasi (sentralisasi dan keterhubungan yang tinggi) dan lingkungan (dinamika dan daya saing yang tinggi). Variabel terikat adalah inovasi dan kinerja bisnis. Variabel kontrol adalah ukuran perusahaan, usia perusahaan, dan sektor industri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa internal organisasi dengan sentralisasi dan keterhubungan yang tinggi berhubungan positif dengan munculnya inovasi. Pengaruh dari sentralisasi dan keterhubungan pada kinerja dimediasi oleh inovasi. Lingkungan dengan dinamika dan daya saing yang tinggi secara positif berkaitan dengan inovasi. Pengaruh dari lingkungan yang dinamis dan lingkungan yang kompetitif pada kinerja dimediasi oleh inovasi.

Studi empiris Al-Ansari, *et al* (2013) dengan Inovasi Produk sebagai salah satu variabel bebas sedangkan indikatornya adalah: 1) Jumlah Produk Baru, 2) Keunikan Produk Baru, dan 3) Sumber daya yang diinvest ke produk baru; dan Kinerja Perusahaan sebagai variabel terikat sedangkan indikatornya adalah: 1) Meningkatnya Pangsa Pasar, 2) Meningkatnya *Returns* Finansial, 3) Meningkatnya Kepuasan Pelanggan, 4) Meningkatnya kemampuan adaptasi ke

perubahan permintaan pasar, 5) Meningkatkan reputasi perusahaan dan produknya, menghasilkan temuan bahwa Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Semua ini, mengindikasikan bahwa ada hubungan positif antara inovasi perusahaan dan kinerja perusahaan.

Meehee *et al.* (2017) yang meneliti sebanyak 519 restoran di Florida menemukan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Inovasi produk difokuskan pada pengembangan produk makanan baru untuk mencapai kesuksesan dalam berbisnis dan harus dirancang dengan baik untuk memastikan upaya yang diarahkan pada pengembangan produk baru dan produk jasa.

Bigliardi & Galati (2013) meneliti 98 UKM sektor industri mesin makanan di Italia. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda. Variabel bebas adalah inovasi (pelanggan, pesaing, dan teknologi). Variabel terikat adalah kinerja keuangan. Variabel kontrol adalah ukuran perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi yang dikembangkan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan serta yang dikembangkan untuk membedakan dari pesaing dapat meningkatkan kinerja keuangan. Tingkat teknologi yang diadopsi untuk mengembangkan inovasi tidak berdampak pada kinerja keuangan

2.4 Penelitian Terdahulu

Ndubisi & Agarwal (2014) meneliti 124 Usaha Kecil sektor IT di Pakistan. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi hirarkis dan regresi mediasi. Variabel bebas adalah dimensi orientasi kewirausahaan (*proactiveness*, *risk-taking*, dan otonomi). Variabel moderasi adalah inovasi (pelayanan, proses, dan administratif). Variabel terikat adalah kualitas kinerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga dimensi orientasi kewirausahaan (*proactiveness*, *risk-taking* dan otonomi) berhubungan positif dengan inovasi pelayanan, proses dan administratif. Tiga dimensi orientasi kewirausahaan (*proactiveness*, *risk-taking* dan otonomi) berhubungan positif dengan kualitas kinerja. Hubungan antara tiga dimensi orientasi kewirausahaan (*proactiveness*, *risk-taking* dan otonomi) dengan kualitas kinerja dimediasi oleh inovasi. Inovasi pelayanan, proses dan administratif berhubungan positif dengan kualitas kinerja.

Bigliardi & Galati (2013) meneliti 98 UKM sektor industri mesin makanan di Italia. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda. Variabel bebas adalah inovasi (pelanggan, pesaing, dan teknologi). Variabel terikat adalah kinerja keuangan. Variabel kontrol adalah ukuran perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi yang dikembangkan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan serta yang dikembangkan untuk membedakan dari pesaing dapat meningkatkan kinerja keuangan. Tingkat teknologi yang diadopsi untuk mengembangkan inovasi tidak berdampak pada kinerja keuangan.

Sejumlah penelitian telah membuktikan adanya hubungan positif antara inovasi produk dan kinerja organisasi (Zhang *et al.*, 2017; Ruiz Maria, 2013;). mencatat pendapat Neely & Hii (1998) bahwa inovasi berkaitan kuat dengan kinerja bisnis. Studi Azis, *at el* (2017) menunjukkan bahwa strategi inovasi produk berhubungan positif ke kinerja keuangan perusahaan hanya dalam lingkungan yang tidak bersahabat namun tidak berhubungan positif ketika dilakukan pada lingkungan yang bersahabat.

Penelitian menguji pengaruh inovasi pada kinerja perusahaan dilakukan oleh Fernando *et al* (2018) dengan judul *Industry innovation spending and openness to collaboration as levers for firm performance*, menggunakan 890 sampel perusahaan manufaktur di Italia. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. selain itu, integrasi kekuatan dan kelemahan pada inovasi mempengaruhi kinerja perusahaan dalam skala pekerjaan yang kompleks. Sebagai contoh, selama kekuatan inovasi tinggi maka perusahaan memperlihatkan tingkat kinerja tinggi, integrasi kekuatan inovasi tinggi memperlihatkan kinerja baik tetapi pengalaman secara signifikan lebih bervariasi dalam merealisasi keluaran-keluaran. Penelitian Fernando dan koleganya juga menemukan kekuatan dan kelemahan inovasi mengubah secara signifikan kumulatif dalam pasar dimana persaingan yang lebih *intens* akan mempengaruhi keunggulan bersaing. Hasil-hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pencapaian keunggulan bersaing muncul secara rutin sebagai hasil persaingan yang dinamis. Kritik terhadap penelitian Fernando dan koleganya adalah mereka hanya menganalisis inovasi (kekuatan dan kelemahan) dikaitkan ke

kinerja perusahaan tanpa memperhitungkan sumber daya perusahaan. Pentingnya pelibatan sumber daya dikarenakan sumber daya berfungsi sebagai input dalam proses transformasi menghasilkan keluaran-keluaran, sedangkan inovasi lebih berfungsi sebagai faktor lanjutan dalam mengolah sumber daya (memanajementi maupun mentransformasi menjadi keluaran). Oleh sebab itu, apabila variabel sumber daya perusahaan juga dimasukkan dalam penelitian maka hasilnya diduga pasti akan lebih mendekati realita sebab sumber daya dan kapabilitas berkaitan erat dalam perusahaan.

Penelitian Luno *et al* (2018), *When more is less: The role of cross-functional integration, knowledge complexity and product innovation in firm performance* bertujuan menginvestigasi hubungan antara kompleksitas pengetahuan dan inovasi produk terhadap kinerja perusahaan pada. Peneliti menempatkan kompleksitas pengetahuan sebagai variabel moderating antara inovasi produk dan kinerja perusahaan. Inovasi produk utama mencakup perubahan produk, produk baru, penggunaan penutup botol, tingkat kandungan alkohol. Lokasi penelitian di Spanyol dengan sampel 520 perusahaan manufaktur kecil dan menengah kilang anggur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kompleksitas pengetahuan dan inovasi produk yang di “aransemen” ulang secara signifikan mempertinggi kinerja perusahaan, bahwa perusahaan yang menggunakan kompleksitas pengetahuan secara maksimal cenderung mempengaruhi inovasi produk yang superior, dan dengan banyak sumber daya pendukung secara signifikan memberi kontribusi ke kinerja perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Jiménez *et al.* (2013), dengan judul *Knowledge Combination, Innovation, Organizational Performance in Technology Firms* menggunakan sampel 250 perusahaan di Spanyol. Temuan penelitian ini memperlihatkan hubungan inovasi produk dan inovasi proses berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Dari penelitian-penelitian di atas jelas bahwa terdapat variabel-variabel yang berpengaruh terhadap kinerja UKM, antara lain variabel dukungan pemerintah, orientasi kewirausahaan melalui inovasi sebagai variabel mediasi. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel dukungan pemerintah dan orientasi

kewirausahaan sebagai variabel eksogen berpengaruh terhadap inovasi UKM, dan juga berpengaruh terhadap kinerja UKM baik secara langsung maupun tidak langsung (melalui inovasi).

Tabel 2.1 Variabel Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel Penelitian			
		Variabel Eksogen		Variabel Endogen	
		Dukungan Pemerintah	Orentasi Kewirausahaan	Inovasi	Kinerja
1	Mohutsiwa, (2012)		Positif		Positif
2	Thakur & Hale, (2013)			Positif	Positif
3	Bigliardi, B & Galati, F (2013)			Positif	Positif
4	Pardi <i>et al.</i> , (2014)		Positif		Positif
5	Ndubisi & Agarwal (2014)		Positif	Positif	
6	Sok <i>et al.</i> , 2013	Positif			Positif
7	Mason <i>et al.</i> , (2015)		Positif		Positif
8	Fernández, <i>et al</i> (2015)		Positif	Positif	
9	Zehir <i>et al.</i> , (2015)		Positif		Positif
10	Buli (2017)		Positif	Positif	
11	Ar & Baki 2011	Positif			Positif
12	Prastowo (2020)	Positif			Positif
13	Al-Ansari <i>et al.</i> , 2013			Positif	Positif
14	Long (2013)		Positif		Positif
15	Gholami & Birjandi (2016)		Positif		Positif
16	Mustikowati, R. I., & Tysari, I. 2015		Positif		Positif
17	Minarti (2022)	Positif			Positif
18	Feranita (2019)	Positif		Positif	Positif
19	Taneo <i>et al.</i> (2021)	Positif			Positif
20	Irawati (2020)		Positif	Positif	Positif
21	Zhang & Ayele (2022)	Positif			Positif
22	Ibrahim & Musthapa (2019)	Positif			Positif
23	Yang 2017	Positif		Positif	Positif
24	Udimal dkk 2019	Positif		Positif	Positif
25	Motta 2018	Positif			Positif
26	Cin <i>et al</i> 2017	Positif			Positif

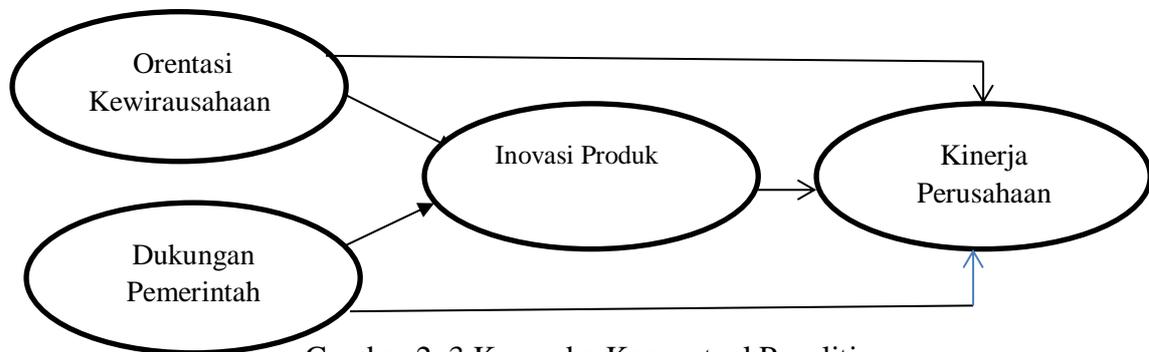
Sumber : Data diolah peneliti 2023

2.5 Kerangka Konseptual

Model kerangka konseptual penelitian ini disusun untuk mengisi atau mengatasi kelemahan penelitian terdahulu sebagaimana yang telah dilakukan dan telah diungkap sebelumnya. Secara teoritis, model penelitian ini berpijak pada:

- 1) Sejumlah studi empiris telah menegaskan peran kebijakan pemerintah terhadap kinerja UKM (Adebiyi *et al.*, 2017; Briozzo & Riportella, 2016; Motta, 2018; Cin *et al.*, 2017; Karhunen & Huovari, 2016; Jordan *et al.*, 2014; Garone *et al.*, 2015, Minarti 2022) dan peran dukungan pemerintah terhadap inovasi UKM (Paik *et al.*, 2017; Cowling, 2016; Yu-Bing *et al.*, 2011; Czarnitzki & Delanote, 2015; Uvarova, 2019) Namun, beberapa penelitian telah menguji pengaruh dukungan pemerintah terhadap kinerja UKM melalui efek mediasi dari variabel inovasi (Yang, 2017; Oliver *et al.*, 2016; Udimal *et al.*, 2019).
- 2) Teori Lumpkin & Dess tentang Orientasi Kewirausahaan yang banyak dipakai oleh para peneliti misalnya (Gholami & Birjandi 2016, Irawati 2020, Long 2013), orientasi kewirausahaan ini diukur menggunakan 4 indikator dari yakni sikap proaktif, berani mengambil risiko, otonomi dan agresif berkompetisi.

Dari penjelasan diatas, model penelitian ini berpijak pada kekurangan penelitian-penelitian yang telah dilakukan, dengan model kerangka konseptual penelitian berbeda dimana variabel dukungan pemerintah menjadi variabel independen dan inovasi menjadi variabel dependen bukan sebagai variabel mediasi sebagaimana yang terdapat pada penelitian-penelitian terdahulu, maka kerangka konseptual ini disusun sebagai berikut.



Gambar 2. 3 Kerangka Konseptual Penelitian

2.6 Hipotesis Penelitian

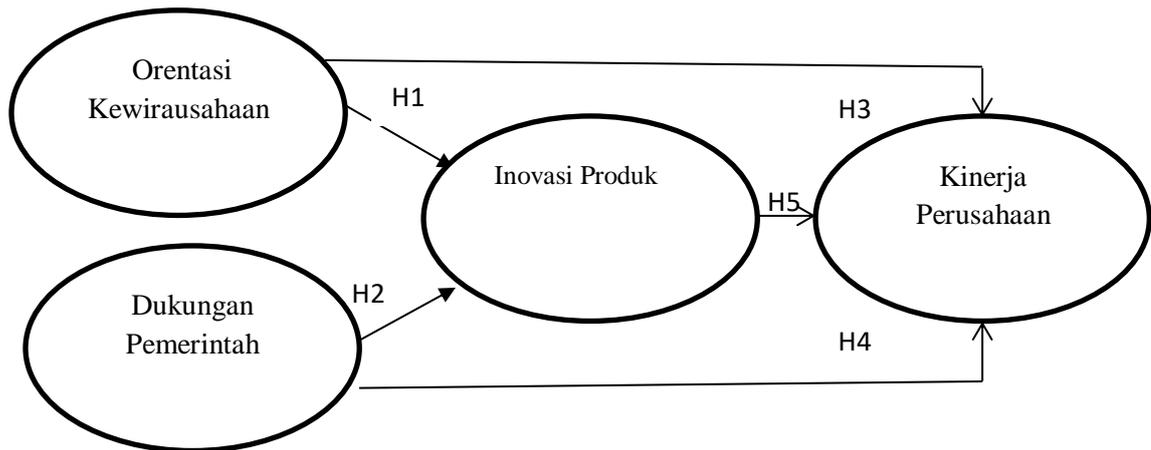
Hipotesis penelitian adalah jawaban bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang berhasil dikumpulkan Arikunto (2012). Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah dan kerangka konseptual penelitian, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.2 Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Deskripsi	Referensi
H1	Orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap inovasi produk	Gholami & Birjandi (2016), Poernomo <i>et al.</i> , (2016), Long (2013),
H2	Dukungan Pemerintah berpengaruh signifikan terhadap inovasi produk	Adebiyi <i>et al.</i> , 2017; Riportella, 2016; Motta, 2018; Cin <i>et al.</i> , 2017; Karhunen & Huovari, 2016; Romero-Jordan dkk., 2014; Garone <i>et al.</i> , 2015
H3	Orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan	Mohutsiwa, 2012; Pardi <i>et al.</i> , 2014; Sirivanh & Sukkabot, 2014; Mason <i>et al.</i> , 2015; Mesa & Alegre, 2015; Zehir <i>et al.</i> , 2015
H4	Dukungan pemerintah berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan	Yang, 2017; Oliver <i>et al.</i> , 2016; Udimal <i>et al.</i> , 2019 Minarti (2022)
H5	Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan	Al-Ansari <i>et al.</i> , 2013; Pardi <i>et al.</i> , 2014; Zehir <i>et al.</i> , 2015; Mesa dan Alegre, 2015; Aziz dan Samad, 2016

Data: di olah dari hasil penelitian terdahulu

Pada tabel diatas menjelaskan hipotesis yang akan di teliti pada penelitian yang akan dilakukan pada UKM Batik yang terdaftar di Diskoperindak pada empat Kabupaten yang ada di Pulau Madura. Hipotesis pada penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.4 Hipotesis Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian, maka penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif menurut Sugiono (2013) menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Sedangkan menurut Sugiyono (2014) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang sering digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu,

Analisis data pada penelitian ini bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun pola hubungan variabel pada penelitian ini bersifat hubungan kausal, antara variabel independen (orientasi kewirausahaan dan dukungan pemerintah) dan variabel dependen (inovasi dan kinerja bisnis). Hubungan Kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat menurut Sugiyono, (2014).

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dan sampel dalam suatu penelitian perlu ditetapkan dengan tujuan agar penelitian yang dilakukan benar-benar mendapatkan data sesuai yang diharapkan. Adapun pembahasan mengenai populasi dan sampel sebagai berikut.

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono, (2013).

Lokasi yang dipilih untuk menjadi obyek penelitian adalah 4 wilayah di Pulau Madura yakni Kabupaten Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep. Sektor usaha yang dipilih yaitu Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Batik yang terdaftar di Dinas Industri dan Perdagangan di masing-masing Kabupaten di Pulau

Madura, karena data lebih lengkap, jelas, dan *suistenable*. Sektor yang dipilih adalah industri kreatif batik, karena industri tersebut menghasilkan barang jadi dan mengedepankan unsur kreativitas. Populasi penelitian ini seluruh UKM batik di empat Kabupaten di wilayah Kepulauan Madura yang berjumlah 141 unit UKM.

Tabel 3.3 Jumlah Pengrajin Batik di Pulau Madura

No	Kabupaten	Jumlah
1	Sumenep	35 unit
2	Pamekasan	60 unit
3	Sampang	6 unit
4	Bangkalan	40 unit
	Jumlah	141 unit

Sumber: Disperindag Kab. Sumenep, Pamekasan, Sampang, Bangkalan, 2019

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel menurut Sugiyono (2013) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representatif (mewakili). Ukuran sampel merupakan banyaknya sampel yang akan diambil dari suatu populasi.

Sedangkan menurut Arikunto (2012) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan, karena jumlah populasinya lebih besar dari 100 dan kurang dari 200 orang responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yang ada pada UKM Batik yaitu sebanyak 141 orang responden. Dengan demikian penggunaan seluruh populasi tanpa harus menarik sampel penelitian sebagai unit observasi disebut sebagai teknik sensus (Arikunto 2012).

3.3 Identifikasi Variabel

Variabel adalah sesuatu yang membentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan sesuai dengan kerangka konseptual, maka variabel-

variabel di dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan menjadi variabel eksogen dan variabel endogen (Sugiyono 2014).

Variabel eksogen adalah variabel yang nilainya tidak dipengaruhi oleh variabel lain yang juga disebut sebagai variabel bebas. Sedangkan variabel endogen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel lain atau disebut sebagai variabel terikat. Sugiyono, (2014). Pada penelitian ini terdapat 2 variabel eksogen dan 2 variabel endogen. Variabel eksogen terdiri dari orientasi kewirausahaan (X1) dan dukungan pemerintah (X2). Variabel Endogen terdiri dari inovasi produk (Y1) dan kinerja perusahaan (Y2).

3.4 Definisi Operasional Variabel

Menurut Widoyoko (2012) definisi operasional variabel adalah pernyataan yang sangat jelas sehingga tidak dapat menimbulkan kesalah-pahaman penafsiran karena dapat diobservasi dan dibuktikan perilakunya. Melihat definisi tersebut, definisi operasional variabel pada penelitian ini disesuaikan dengan karakteristik usaha mikro batik di daerah penelitian supaya tidak memiliki arti bias.

3.4.1. Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan adalah sikap seorang wirausahawan yang mengacu pada proses, praktik, gaya pengambilan keputusan dan perilaku dalam organisasi. Orientasi kewirausahaan diukur menggunakan 5 indikator dari Lumpkin & Dess yang banyak dipakai oleh para peneliti misalnya (Gholami & Birjandi 2016, Long 2013), yang terdiri dari sikap proaktif, berani mengambil risiko, otonomi, inovasi dan agresif berkompetisi

3.4.2. Dukungan Pemerintah

Peranan pemerintah untuk berperan aktif dalam mengembangkan UKM diantaranya adalah untuk menumbuhkan potensi UKM, dan kontribusi UKM terhadap pembangunan perekonomian nasional dalam rangka pemerataan pembangunan, memperluas lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan. Sehingga kebijakan pemerintah terhadap para pelaku UKM hendaknya memiliki tujuan secara administratif dan pengaturan usaha, serta memiliki tujuan untuk melakukan pembinaan kepada para pelaku UKM Wuryandani, (2013). Dukungan pemerintah terhadap kinerja UKM melalui diukur menggunakan tiga indikator

digunakan dalam penelitian (Yang 2017; Oliver *et al.*, 2016; Udimal *et al* 2019) diantaranya perlindungan hukum, peminjaman modal dan pembinaan UKM.

3.4.3. Inovasi Produk

Inovasi adalah alat spesifik wiraswastawan, suatu alat untuk memanfaatkan perubahan sebagai peluang bagi bisnis yang berbeda atau jasa berbeda. Tidak mudah memanfaatkan perubahan sebagai peluang bisnis sebab dibutuhkan kecermatan atau kejelian yang luar biasa bagi seseorang atau perusahaan mewujudkannya.

Oleh sebab itu menurut Drucker (1985) inovasi yang baik adalah inovasi yang berbasis pengetahuan. Lebih jauh Drucker menyebutkan inovasi berbasis pengetahuan membutuhkan sejumlah syarat, yakni: 1) Inovasi berbasis pengetahuan membutuhkan analisis yang teliti atas semua faktor, baik pengetahuan itu sendiri ataupun faktor sosial, ekonomi atau perseptual; 2) Inovasi berbasis pengetahuan memfokuskan pada posisi strategis, oleh karenanya tidak dapat dilakukan secara coba-coba melainkan dikerjakan secara terencana dan sistematis. Fokus strategis yang dimaksud adalah fokus pada pasar, menyiapkan sebuah sistem komprehensif yang dapat mendominasi pasar, dan menduduki posisi strategis.

Zehir *et al* (2015) menyatakan bahwa banyak literatur yang membahas konsep inovasi dengan berbagai cara. Inovasi diartikan sebagai penggunaan tingkat perubahan, radikal atau inkremental Pardi *et al* (2014) atau mempertinggi kompetensi atau menghancurkan kompetensi, peneliti lain menekankan pada jenis perubahan misalnya pada produk atau proses Mesa & Alegre (2015). Inovasi juga diartikan sebagai penggunaan level-level berbeda dalam analisis, contohnya, Aziz & Samad (2016) mendiskusikan inovasi sebagai pengenalan cara-cara produksi baru, yang mana tidak perlu ditemukan secara keilmuan.

Al- Ansari *et al* (2013) mencatat konstruk yang dibangun oleh Adebisi *et al* (2017) bahwa inovasi dipertimbangkan sebagai kemampuan menciptakan nilai inti perusahaan dan menjadi salah satu yang terpenting sebagai senjata bersaing tidak hanya bagi perusahaan menengah dan besar tetapi juga perusahaan kecil. Oleh sebab itu, inovasi dapat dipandang sebagai pendorong keunggulan bersaing

dengan mengkombinasi sumber daya guna melahirkan tatanan kompetensi yang lebih tinggi untuk mewujudkan kinerja usaha yang diinginkan. inovasi didefinisikan sebagai hal-hal yang mencakup perubahan secara bertahap atau radikal, proses-proses atau produk-produk, yang mungkin muncul secara mendadak di dunia atau lingkungan yang lebih lokal *Briozzo & Cardone*. (2016) Konstruksi ini menggambarkan bahwa inovasi produk berarti munculnya produk-produk baru.

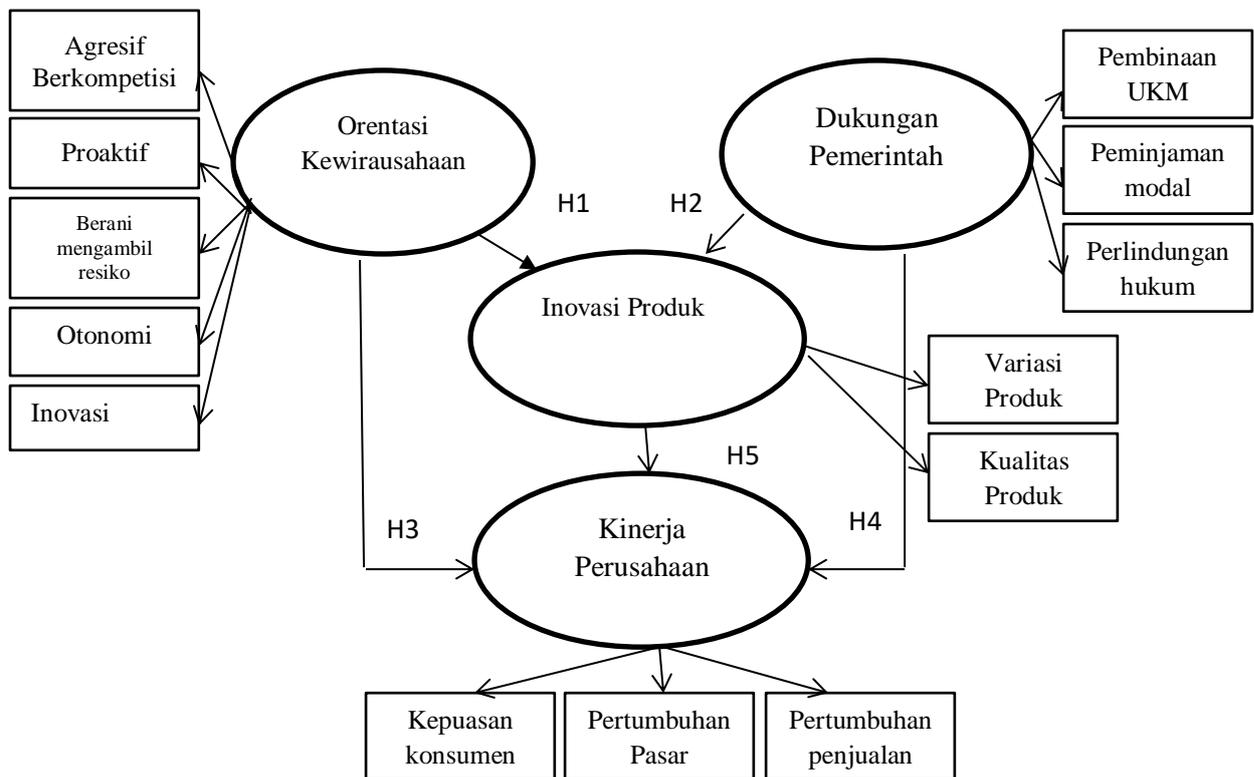
Pengaruh inovasi produk pada kinerja bisnis telah menjadi salah satu isu yang sangat penting pada literatur-literatur sekarang ini. Dari titik pandang positif, inovasi produk mencerminkan solusi atas ancaman dan peluang pasar, menciptakan apa yang disebut basis bertahan hidup dan sukses perusahaan masuk ke masa depan *Garone et al* (2015). Disisi lain, inovasi produk mengandung biaya dan aktifitas yang berisiko *Motta* (2018) dan salah satu isu yang sangat khusus berkaitan dengan perusahaan kecil adalah "handicap" terbatasnya kompetensi manajemen dan finansial.

Definisi operasional inovasi produk adalah munculnya produk baru yang berbeda dibanding dengan produk sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan UKM batik di Kepulauan Madura. Munculnya produk baru dalam konteks penelitian ini dapat didekati dengan dua indikator yaitu variasi produk dan kualitas produk yang diambil dari penelitian (*Gholami & Birjandi* 2016, *Al-Ansari et al* 2013, *Gholami & Birjandi* 2016) namun menurut *Long* (2013) tidak harus dengan produk baru, bisa juga dengan input (misalnya biaya riset dan pengembangan), waktu (misalnya sebagai pioner, cepat kedua atau pengikut akhir).

3.4.4 Kinerja Bisnis

Kinerja perusahaan adalah prestasi atau hasil usaha yang dicapai perusahaan. Indikator kinerja perusahaan yang digunakan adalah kinerja relatif terhadap competitor, atau bisa didefinisikan sebagai sebuah pencapaian hasil usaha yang lebih baik dibanding sebelumnya. Kinerja perusahaan dapat didekati dengan indikator: kepuasan konsumen, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan

pasar. Model hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.5



Gambar 3.5 Model Hubungan Antar Variabel

Tabel 3.4 Identifikasi Dan Uraian Indikator dan Item Variabel Penelitian

Variabel	Jenis Variabel	Indikator	Item	Skala	Sumber
Dukungan Pemerintah	Eksogen	Perlindungan Hukum	1. Kemudahan dalam memberikan perijinan usaha 2. Kemudahan dalam proses administrasi UKM	Ordinal	Yang, (2017); Oliver <i>et al.</i> , (2016); Udimal <i>et al.</i> (2019)
		Bantuan Modal	1. Kemudahan dalam memfasilitasi bantuan pinjaman modal usaha 2. Kemudahan terwujudnya stabilitas perekonomian UKM	Ordinal	Yang (2017); Oliver <i>et al.</i> , (2016); Udimal <i>et al.</i> (2019)
		Pembinaan UKM	1. Melakukan pembinaan kepada UKM secara berkelanjutan 2. Mengadakan pelatihan kepada UKM	Ordinal	Yang (2017); Oliver <i>et al.</i> , (2016); Udimal <i>et al.</i> , (2019)
Orientasi Kewirausahaan		Agresif Berkompetisi	1. Perusahaan yang kompetitif 2. Cara agresif dalam bersaing 3. Pemilik UKM mencoba melepaskan diri dari ketatnya persaingan	Ordinal	<i>Lumpkin & Dess</i> (2001) <i>Gholami & Birjandi</i> (2016), <i>Long</i> (2013),
		Proaktif	1. Pemilik UKM terus mencari peluang baru yang terkait dengan pemasaran produk 2. Pemilik UKM yang pertama kali memperkenalkan layanan baru di industri 3. Pemilik UKM terus mencari perusahaan yang bisa diajak bekerjasama 4. Pemilik UKM terus mencari peluang untuk meningkatkan kinerja perusahaan 5. Pemilik UKM berusaha mendahului pesaing kami dalam merespon tantangan pasar	Ordinal	<i>Lumpkin & Dess</i> (2001) <i>Gholami & Birjandi</i> (2016), <i>Long</i> (2013),
		Berani mengambil resiko	1. Dalam perusahaan, merupakan tantangan 2. Karyawan didorong untuk memperluas akses pasar	Ordinal	<i>Lumpkin & Dess</i> (2001) <i>Gholami & Birjandi</i>

		3. Pimpinan dapat menerima bahwa beberapa saran mungkin gagal saat diimplementasikan		(2016), <i>Long</i> (2013),
		4. Perusahaan menekankan peluang untuk sukses daripada peluang untuk gagal		
		5. Dalam perusahaan, kegagalan dipandang sebagai pengalaman belajar		
	Otonomi	1.Kebebasan ide untuk karyawan 2. Kepercayaan untuk karyawan 3. Akses informasi karyawan	Ordinal	<i>Lumpkin & Dess</i> (2001) <i>Gholami & Birjandi</i> (2016), <i>Long</i> (2013),
	Inovasi	1. Ide baru sangat penting 2. Ide baru dari karyawan di perhatikan 3. Setiap tahun menghasilkan produk baru	Ordinal	<i>Lumpkin & Dess</i> (2001) <i>Gholami & Birjandi</i> (2016), <i>Long</i> (2013),
Inovasi	Kualitas Produk	1.Produk yang dihasilkan selalu dibeli oleh konsumen 2.Kami memiliki banyak pesanan produk dari konsumen 3.Harga produk kami tergolong murah	Ordinal	<i>Meehee Cho et al.</i> (2017)
	Variasi Produk	1.Mampu menghasilkan produk berbeda dari sebelumnya 2.Variasi produk yang dihasilkan cukup banyak dalam periode 3 bulan 3.Produk baru kami disukai konsumen	Ordinal	<i>Meehee Cho et al.</i> (2017)
Kinerja Perusahaan	Kepuasan Konsumen	Kepuasan pelanggan baik selama tiga tahun terakhir	Ordinal	<i>Al-Ansari et al.</i> (2013)
	Pertumbuhan Penjualan	Perusahaan mempunyai penjualan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing	Ordinal	<i>Al-Ansari et al.</i> (2013)
	Pertumbuhan Pasar	Pangsa pasar perusahaan kami mempunyai kinerja keuangan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing selama tiga tahun terakhir	Ordinal	<i>Al-Ansari et al.</i> (2013)

Sumber : Di Peroleh dari penelitian terdahulu

3.5 Prosedur Pengumpulan Data

3.5.1 Sumber Data

Sumber data menyatakan bahwa angket atau kuesioner merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya-jawab dengan responden), berisi sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab atau direspon oleh responden Sukmadinata (2006). Sedangkan menurut Muhidin & Abdurrahman (2007), angket atau kuesioner adalah alat pengumpul data berupa daftar pertanyaan yang disiapkan oleh peneliti untuk disampaikan kepada responden yang jawabannya diisi sendiri oleh responden. Dari kedua pendapat tersebut dapat disimpulkan, angket atau kuesioner adalah suatu teknik atau cara pengumpulan data yang berisi daftar pertanyaan atau pernyataan yang dibuat peneliti untuk dijawab langsung oleh responden.

Bentuk kuesioner secara garis besar terdiri dari 2 macam, yaitu: kuesioner berstruktur dan kuesioner tidak berstruktur, Muhidin & Abdurrahman (2007). Dalam penelitian ini digunakan kuesioner berstruktur dengan bentuk jawaban tertutup, yaitu kuesioner yang disusun dengan menyediakan pilihan jawaban sehingga responden tinggal memberi tanda pada jawaban yang dipilih. Pernyataan kuesioner pada penelitian ini disusun berdasarkan indikator-indikator yang diturunkan dari variabel-variabel bebas. Sumber data di dapatkan menggunakan instrumen penelitian dengan peneliti sebagai instrumen penelitian

3.5.2 Pengolahan Data

Langkah-langkah yang dilakukan dalam mengolah data dalam penelitian ini sebagai berikut:

a.) Pemeriksaan Data atau Editing

Pemeriksaan data atau editing merupakan pemeriksaan data kembali sebelum data tersebut diolah. Editing bertujuan untuk menentukan apakah data tersebut sudah benar dan memenuhi syarat sehingga dapat digunakan pada tahap selanjutnya.

b.) Pemberian Kode

Pada tahap pemberian kode dilakukan klasifikasi jawaban para responden ke dalam kategori yang ada dengan mengkodekan variabel agar lebih mudah diolah.

c.) Tabulasi Data

Tabulasi data dilakukan dengan cara memasukkan data-data yang diperoleh ke dalam tabel menurut jenis agar data-data tersebut mudah dibaca dan dihitung, sehingga diperoleh karakteristik responden berdasarkan jawaban-jawaban yang telah diberikan melalui kuisisioner.

3.6 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini perlu dianalisis lebih lanjut agar dapat ditarik suatu kesimpulan yang tepat. Oleh karena itu perlu ditetapkan teknik analisis yang sesuai dengan tujuan penelitian yang hendak dicapai, juga untuk menguji kebenaran hipotesis. Adapun tahapan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Melakukan uji instrumen / kuesioner,
2. Melakukan pengujian hipotesis,
3. Melakukan analisis deskriptif.

3.6.1 Uji Instrumen / Uji Kuesioner

Sebelum melakukan analisis data dan interpretasi, suatu kuesioner perlu diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya. Hal ini dimaksudkan agar diketahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat dalam melakukan fungsi alat ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai tingkat validitas dan reliabilitas yang memenuhi batas yang disyaratkan. Perlu dibedakan antara hasil penelitian yang valid dan reliabel. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Sedang hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda.

a.) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen pengumpulan data dilakukan bertujuan untuk mendapatkan tingkat konsistensi suatu alat ukur berupa pernyataan-

pernyataan pada instrumen tersebut, sebagaimana Sugiyono (2014) menyatakan sebagai berikut:

”Keandalan (*reliability*) suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item-item dalam instrumen. Keandalan suatu pengukuran, dengan kata lain, adalah merupakan indikasi mengenai stabilitas dan konsistensi dimana instrumen mengukur konsep dan membantu menilai ”ketepatan” sebuah pengukuran”.

Pendapat yang tidak jauh berbeda disampaikan oleh Latan yang menyatakan bahwa reliabilitas adalah ketepatan atau tingkat presisi sesuatu ukuran atau alat pengukur. maka uji reliabilitas instrumen ini adalah mencari nilai *alpha cronbach* dari indikator-indikator yang dipakai untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam model struktural yang diajukan. Oleh sebab itu, penelitian ini menggunakan metode konsistensi internal (*internal consistency of measures*) dengan teknik *cronbach'alpha* untuk uji reliabilitas. Latan (2014)

Kriteria yang dipakai untuk mengetahui tingkat reliabilitas instrumen penelitian mengacu pada pendapat Sugiyono (2014), yakni apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,89 sampai dengan 1,00 maka dianggap berkategori baik atau tinggi, apabila nilai *Cronbach's Alpha* berkisar antara 0,50 sampai dengan 0,89 maka dianggap berkategori sedang, dan apabila nilai *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,50 maka dianggap berkategori rendah. Sugiyono (2014). Adapun penghitungan uji reliabilitas instrumen penelitian menggunakan bantuan program statistik *SPSS for Windows Release 16,0*.

b.) Uji Validitas Data

Validitas instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa masing-masing item dalam instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang ditetapkan pada penelitian ini. Sebuah instrumen disebut valid apabila mampu mengukur apa yang dikehendaki dan mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Uji validitas dilakukan dengan analisis item, setiap nilai yang diperoleh untuk setiap item dikorelasikan

dengan nilai total seluruh item suatu variabel. Uji validitas menggunakan *Product Moment Correlation*. Syarat minimum suatu item dianggap valid jika nilai r adalah $\geq 0,30$. (Sugiyono 2013).

Untuk mengetahui valid atau tidaknya variabel yang diuji, maka hasil korelasinya secara statistik dapat dilihat pada output SPSS versi 16.0 dengan taraf signifikan 1% atau 5% Sugiyono (2013). Taraf signifikan dapat dilihat pada tanda (*). Apabila output korelasi tanda bintang dua (**) berarti signifikan pada level 1% dan jika output korelasi tanda bintang satu (*) maka signifikan pada level 5%. Namun jika output korelasi tidak ada tanda bintang maka butir pernyataan tersebut dinyatakan tidak signifikan sehingga harus digugurkan untuk tidak diikutkan dalam analisis.

3.6.2 Uji GSCA (*Generalized Structured Component Analysis*)

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran empiris atas jawaban responden disajikan dalam bentuk distribusi frekuensi dan diukur nilai rata-ratanya. Sedangkan pada analisis inferensial digunakan metode analisis *Generalized Structured Component Analysis* (GSCA)

Menurut Ghazali & Latan (2014) mengatakan bahwa GSCA adalah metode baru SEM berbasis komponen, sangat penting dan dapat digunakan untuk perhitungan skor (bukan skala) dan juga dapat diterapkan pada sampel yang sangat kecil. Di samping itu, GSCA dapat digunakan pada model structural yang melibatkan variabel dengan indikator refleksif dan atau formatif.

GSCA merupakan analisis ketiga yang dikembangkan oleh Hwang & Takane (2014). Setelah dua analisis sebelumnya yaitu *Covarians-based SEM* dan *Variance-based SEM* (PLS). Hwang & Takane (2014) dalam Latan (2014) menyatakan GSCA dapat digunakan oleh para peneliti di berbagai disiplin ilmu karena beberapa alasan. Pertama, GSCA tidak mensyaratkan asumsi normalitas *multivariate* sama seperti PLS. Kedua, GSCA dapat dijalankan dengan menggunakan sampel kecil. Ketiga, GSCA menghindarkan masalah *inadmissible*

solution seperti varian yang bernilai negatif (*heywood case*) yang sering terjadi pada CB-SEM. Keempat, GSCA menghasilkan estimasi yang unik untuk skor variabel laten yang dapat digunakan pada beberapa analisis lanjut. Kelima, GSCA menyediakan ukuran overall model fit untuk menguji teori dan perbandingan model. GSCA menggabungkan karakteristik yang terdapat pada CB-SEM dan PLS-SEM.

Menurut Hwang & Takane (2014), GSCA memiliki kelebihan dan kelemahan dibandingkan CB-SEM dan PLS-SEM. Kelebihan yang dimiliki GSCA sebagai berikut:

- 1) Dapat mengestimasi model yang kompleks sekalipun dengan banyak variabel dan banyak indikator sama seperti PLS,
- 2) Dapat mengatasi *collinearity* antar variabel eksogen dengan menggunakan *regularized*,
- 3) Hasil estimasi tetap *robust* walau terdapat data *outlier* dan data *missing* dengan menggunakan pendekatan *least squares imputation*,
- 4) Dapat dijalankan dengan menggunakan konstruk berbentuk refleksif maupun formatif sama seperti PLS,
- 5) Dapat mengatasi multilevel model atau *hierarchical component model*,
- 6) Dapat mengatasi masalah heterogenitas dengan menggunakan *fuzzy cluster wise*,
- 7) Dapat dijalankan dengan sampel kecil atau besar seperti PLS,
- 8) Tidak mengisyaratkan asumsi distribusional sama seperti PLS,
- 9) Dapat mengatasi data berbentuk kategorial dengan pendekatan optimal *scaling*,
- 10) Mempunyai fitur konstrain model untuk analisis multigroup sehingga dapat dilakukan perbandingan dua atau lebih group sampel,
- 11) Menghindari masalah *improper solutions* dan *interdeterminancy factor* yang sering terjadi pada CB-SEM,
- 12) Menyediakan ukuran overall model fit sama seperti CB-SEM untuk mengetahui GoF model dan perbandingan model.

Disamping kelebihan, GSCA juga memiliki kelemahan. Kekurangan menggunakan analisis GSCA sebagai berikut:

- 1) Hasil estimasi untuk *direct effect* pada pengujian efek mediasi sedikit *overestimate*,
- 2) *Statistical power* belum teruji,
- 3) Hanya mampu menguji model berbentuk recursive sama seperti PLS,
- 4) Pengujian signifikansi untuk estimasi parameter tidak diketahui sehingga melalui *prosedur resampling (bootstrapping)*. (Hwang & Takane 2014)

Tahapan analisis GSCA harus melalui lima proses. setiap tahapan akan berpengaruh terhadap tahapan selanjutnya. Tahapan tersebut meliputi 1) spesifikasi model, 2) menggambarkan diagram jalur, 3) menentukan metode analisis *algorith* dan metode sampling, 4) evaluasi *criteria model fit*, dan 5) evaluasi model pengukuran dan model struktural. (Ghozali & Latan 2014)

3.7 Tahap Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir dari suatu penelitian adalah penarikan kesimpulan dari hasil pengolahan data-data dan interpretasi. Metode penarikan kesimpulan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deduktif yaitu penarikan kesimpulan yang dilakukan dari hal-hal yang bersifat umum kepada hal-hal yang bersifat khusus.

Menurut Sugiyono (2013) penelitian deduktif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis melalui validasi teori atau pengujian aplikasi teori pada keadaan tertentu. Penarikan kesimpulan ini didasarkan pada data dan informasi yang telah dianalisis untuk memecahkan masalah yang sedang diteliti. Pada penelitian ini, peneliti dalam melakukan penarikan kesimpulan berpedoman pada teori-teori atau konsep yang terdapat pada literatur untuk menilai variabel-variabel yang akan di teliti dengan obyek penelitian UKM Batik di Madura.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, akan menjelaskan hasil pengumpulan data, analisis data dan pembahasan hasil analisis data, penjelasan dimulai dari profil wilayah penelitian, deskripsi responden, analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial, penilaian perhitungan GSCA untuk setiap variabel, analisis struktural yang dimodelkan dan pengujian terhadap hipotesis serta pembahasannya.

4.1. Profil Wilayah Penelitian

Madura adalah sebuah pulau yang terletak di sebelah timur pulau Jawa Timur Pulau Madura besarnya kurang lebih 5.304 km² (lebih kecil daripada pulau Bali), dengan penduduk hampir 4 juta jiwa. Pulau Madura terdiri dari empat kabupaten, yaitu Bangkalan, Sampang, Pamekasan, Dan Sumenep, terletak di timur laut pulau Jawa dengan koordinat 7° lintang selatan dan di antara 112° dan 114° bujur timur dengan ketinggian dari permukaan laut berkisar antara 2 meter 350 meter (id.m.wikipedia.org)

Gambaran geologis alam Madura ditandai oleh permukaan tanahnya yang didominasi oleh susunan batu kapur dan endapan kapur, dengan lapisan aluvial laut di sepanjang pantai utara dan empat dataran aluvial sungai, satu di barat, satu di selatan dan satu lagi di timur yang semua tanahnya terdiri dari batuan kapur.4 keadaan alam yang kurang memungkinkan ini, menyebabkan masyarakat Madura bekerja di sektor pertanian yang secara umum di sektor tegal-an, berbeda dengan orang Jawa yang pada umumnya sebagai petani sawah karena lahan persawahan cukup dominan. Telah disebutkan di atas bahwa pekerjaan utama orang Madura adalah sebagai petani. Sebagian masyarakat yang bermukim di sekitar pesisir bekerja sebagai nelayan. Terkadang sulitnya pencarian penghidupan, sebagian masyarakat Madura rela meninggalkan kampung halamannya untuk mencari nafkah sebagai tenaga kerja dalam, maupun luar negeri guna menanggung kehidupan keluarganya (dpad.jogjaprovo.go.id)

Masyarakat Madura terkenal dengan etos kerjanya yang tinggi, pandangan dasar bagi masyarakat, mereka mau bekerja apa saja yang penting halal. Begitulah

pekerjaan masyarakat Madura yang bernuansa kasar dengan mengandalkan kekuatan otot dan menguras tenaga. Selain menelaah sisi luar tentang pekerjaan masyarakat Madura, perlu juga kiranya untuk mengangkat sisi lain pekerjaan masyarakat Madura. Pekerjaan yang dimaksud adalah pekerjaan yang bernuansa memberikan nilai seni, estetika dan nuansa artistik. Pekerjaan yang seperti ini tidak bisa dilakukan oleh banyak orang, karena pekerjaan ini membutuhkan ketelatenan, dan penjiwaan yang dalam, contohnya adalah kerajinan membatik dan kerajinan ukir kayu (adarmadura.jawapos.com)

Batik Madura adalah salah satu bentuk seni budaya, batik tulis Madura banyak diminati dan populer dengan konsumen lokal dan internasional. Dengan bentuk khas dan motif batik tulis Madura memiliki keunikan sendiri untuk konsumen. Di Pulau Madura sendiri sudah sejak lama dikenal sejumlah sentra kerajinan batik. Dari keempat kabupaten yang ada di pulau Madura ini, semuanya memiliki kerajinan seni budaya batik dengan kekhasan dan corak yang dimiliki sesuai dengan kecenderungan dan karakter masing-masing. Seni kerajinan tangan lain yang dimiliki oleh masyarakat Madura adalah seni ukir kayu. Kerajinan ukir kayu ini belum banyak dikenal oleh banyak orang, baik oleh masyarakat Madura, luar Madura, apalagi di luar Indonesia. Berbeda dengan batik yang sudah terkenal hingga ke manca negara. Hanya segelintir orang sajalah orang yang di luar pulau Madura atau luar negeri yang tahu dan mempunyai minat tertentu dengan keunikan Madura. kerajinan ukir di Madura ini terletak di desa Karduluk kecamatan Paragaan kabupaten Sumenep.

Setiap daerah di pulau Madura memiliki batik khas daerah, seperti Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep yang saat ini sedang naik daun, Warna-warna ngejreng menjadi ciri khas dari Batik Madura, seperti di Kabupaten Bangkalan ada pasar khusus batik, namanya Komplek Pasar 17 Agustus lokasinya terletak di jalan pintu gerbang hampir semua kios menjual batik yang serupa, tetapi kebanyakan produk batik yang ada, adalah produk batik dari Kabupaten Pamekasan

Produk Batik Di wilayah Bangkalan, juga terkenal dengan motif batik pesisiran tepatnya di daerah Tanjungbumi, eksotisme batik madura yang

diciptakan menggunakan teknik khusus dengan nama *batik gentongan*. Lebih dari seribu motif batik tercipta di Bangkalan ini, nama motif yang tercipta sangat erat kaitannya dengan ciri khas warga madura dengan meng-konsonan-kan nama batiknya seperti *banjar ramo, ramo, rongterong, rawan, perkaper, panca warna*, dan serat kayu. Proses pembuatan *batik gentongan* menghabiskan waktu yang cukup lama hingga 1 tahun. Motif batiknya cukup rumit dan detil, salah satu contohnya adalah untuk mendapatkan 1 warna batik gentongan diperlukan proses perendaman kain batik minimal 6 minggu pada gentong khusus. Namun pembuatan *batik gentongan* ini masih dipertahankan oleh masyarakat Tanjungbumi, Madura, karena merupakan warisan budaya Nusantara yang harus dilestarikan.

Selain Bangkalan produk batik juga di produksi Di wilayah Pamekasan, dengan ciri khas motif batik madura yang menggunakan warna yang relatif cerah dan tajam seperti motif batik *Sekarjagat, Matahari, Keong Mas, Daun Memba* atau daun mojo, serta *Gorek Basi*. Beberapa motif batik Pamekasan sudah didaftarkan hak paten seperti pada motif batik *Sakereh, Keraben Sapeh, Padih-kepa, Kempeng Saladerih, dan Manik-manik*. Sedangkan di wilayah Sumenep, motif batik yang diproduksi menggunakan satu warna saja meskipun tetap memiliki nuansa warna yang cukup cerah. Pada tahun 1970 Batik Sumenep mulai menggeliat kembali dengan motif unggulan yaitu motif ayam dengan warna dasar merah guna menunjukkan ciri khas dari batik madura itu sendiri. Sentra batik tulis Sumenep berada di Desa Pekandangan Barat yang terletak sekitar 18 Km dari pusat kota.

4.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner Penelitian

Uji validitas dan reliabilitas instrument yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan 30 UKM. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan sebelum instrument tersebut dibagikan kepada responden, untuk memastikan bahwa instrument dapat dimengerti dan tidak menimbulkan ambiguitas. Dalam penelitian ini, terdapat 2 variabel eksogen yaitu orientasi kewirausahaan (X_1) dan dukungan pemerintah (X_2); dan 2 variabel endogen yakni inovasi produk (Y_1) dan kinerja UKM (Y_2).

Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen pada variabel laten eksogen orientasi kewirausahaan (X_1) dapat dilihat pada tabel 4.2. Variabel orientasi kewirausahaan memiliki 5 indikator dengan 25 item pertanyaan. Hasil uji validitas secara keseluruhan item pertanyaan memiliki nilai korelasi $> 0,4$ dan $p\text{-value}$ $0,000 < \alpha (0,05)$ sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel orientasi kewirausahaan (X_1) dinyatakan valid. Secara keseluruhan tiap indikator yang menyusun variabel orientasi kewirausahaan (X_1) memiliki nilai koefisien *cronbach alpha* $> 0,60$ sehingga instrument item pertanyaan variabel orientasi kewirausahaan(X_1) dinyatakan reliabel.

Tabel 4.5 Hasil uji validitas dan reliabilitas item pertanyaan variabel orientasi kewirausahaan(X_1)

Indikator	Butir	Korelasi (r)	P value	Kesimpulan
Agresif Berkompetisi ($X_{1.1}$)	X _{1.1.1}	0,693	0,000	Valid
	X _{1.1.2}	0,681	0,000	Valid
	X _{1.1.3}	0,763	0,000	Valid
	X _{1.1.4}	0,835	0,000	Valid
	X _{1.1.5}	0,618	0,000	Valid
	Koefisien <i>cronbach alpha</i> = 0,762 (Reliabel)			
Proaktif ($X_{1.2}$)	X _{1.2.1}	0,619	0,000	Valid
	X _{1.2.2}	0,743	0,000	Valid
	X _{1.2.3}	0,778	0,000	Valid
	X _{1.2.4}	0,659	0,000	Valid
	X _{1.2.5}	0,470	0,009	Valid
	Koefisien <i>cronbach alpha</i> = 0,668 (Reliabel)			
Berani Mengambil Resiko ($X_{1.3}$)	X _{1.3.1}	0,646	0,000	Valid
	X _{1.3.2}	0,628	0,000	Valid
	X _{1.3.3}	0,638	0,000	Valid
	X _{1.3.4}	0,767	0,000	Valid
	X _{1.3.5}	0,819	0,000	Valid
	Koefisien <i>cronbach alpha</i> = 0,743 (Reliabel)			
Otonomi ($X_{1.4}$)	X _{1.4.1}	0,726	0,000	Valid
	X _{1.4.2}	0,728	0,000	Valid
	X _{1.4.3}	0,795	0,000	Valid
	X _{1.4.4}	0,795	0,000	Valid
	X _{1.4.5}	0,733	0,000	Valid
	Koefisien <i>cronbach alpha</i> = 0,805 (Reliabel)			
Inovasi ($X_{1.5}$)	X _{1.5.1}	0,741	0,000	Valid
	X _{1.5.2}	0,888	0,000	Valid
	X _{1.5.3}	0,867	0,000	Valid
	X _{1.5.4}	0,857	0,000	Valid
	X _{1.5.5}	0,801	0,000	Valid
	Koefisien <i>cronbach alpha</i> = 0,887 (Reliabel)			

Sumber: Data diolah 2023

Hasil uji validitas dan reliabilitas instrument pada variabel laten eksogen dukungan pemerintah (X_2) dapat dilihat pada tabel 4.5. Variabel dukungan pemerintah memiliki 3 indikator yang terdiri dari 15 item pertanyaan.

Tabel 4.6 Hasil uji validitas dan reliabilitas item pertanyaan variabel dukungan pemerintah (X_2)

Indikator	Butir	Korelasi (r)	P value	Kesimpulan
Perlindungan Hukum (X _{2.1})	X _{2.1.1}	0,745	0,000	Valid
	X _{2.1.2}	0,732	0,000	Valid
	X _{2.1.3}	0,825	0,000	Valid
	X _{2.1.4}	0,842	0,000	Valid
	X _{2.1.5}	0,441	0,015	Valid
	Koefisien <i>cronbach alpha</i> = 0,765 (Reliabel)			
Peminjaman Modal (X _{2.2})	X _{2.2.1}	0,859	0,000	Valid
	X _{2.2.2}	0,802	0,000	Valid
	X _{2.2.3}	0,877	0,000	Valid
	X _{2.2.4}	0,761	0,000	Valid
	X _{2.2.5}	0,796	0,000	Valid
	Koefisien <i>cronbach alpha</i> = 0,861 (Reliabel)			
Pembinaan UKM (X _{2.3})	X _{2.3.1}	0,593	0,001	Valid
	X _{2.3.2}	0,524	0,003	Valid
	X _{2.3.3}	0,741	0,000	Valid
	X _{2.3.4}	0,754	0,000	Valid
	X _{2.3.5}	0,815	0,000	Valid
	Koefisien <i>cronbach alpha</i> = 0,727 (Reliabel)			

Sumber: Data diolah 2023

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa secara keseluruhan item pertanyaan memiliki nilai korelasi $> 0,4$ dan *p-value* $0,000 < \alpha (0,05)$ sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel dukungan pemerintah (X_2) dinyatakan valid. Secara keseluruhan tiap indikator yang menyusun variabel dukungan pemerintah (X_2) memiliki nilai koefisien *cronbach alpha* $> 0,60$ sehingga instrumen item pertanyaan variabel dukungan pemerintah (X_2) dinyatakan reliable.

Hasil uji validitas dan reliabilitas instrument pada variabel laten endogen inovasi produk (Y_1) dapat dilihat pada tabel 4.3. Variabel inovasi produk memiliki 2 indikator dengan 10 item pertanyaan. Secara keseluruhan memiliki nilai korelasi dengan $> 0,4$ serta *p-value* $0,000 < \alpha (0,05)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan variabel inovasi produk (Y_1) dinyatakan valid. Selain itu

secara keseluruhan setiap indikator yang menyusun variabel inovasi produk (Y_1) memiliki nilai koefisien *cronbach alpha* $> 0,60$ sehingga instrument item pertanyaan variabel inovasi produk (Y_1) dinyatakan reliabel.

Tabel 4.7 Hasil uji validitas dan reliabilitas item pertanyaan variabel inovasi produk (Y_1)

Indikator	Butir	Korelasi (r)	P value	Kesimpulan
Variasi Produk ($Y_{1.1}$)	Y _{1.1.1}	0,738	0,000	Valid
	Y _{1.1.2}	0,838	0,000	Valid
	Y _{1.1.3}	0,738	0,000	Valid
	Y _{1.1.4}	0,706	0,000	Valid
	Y _{1.1.5}	0,757	0,000	Valid
	Koefisien <i>cronbach alpha</i> = 0,812 (Reliabel)			
Kualitas Produk ($Y_{1.2}$)	Y _{1.2.1}	0,805	0,000	Valid
	Y _{1.2.2}	0,757	0,000	Valid
	Y _{1.2.3}	0,614	0,000	Valid
	Y _{1.2.4}	0,780	0,000	Valid
	Y _{1.2.5}	0,819	0,000	Valid
	Koefisien <i>cronbach alpha</i> = 0,809 (Reliabel)			

Sumber: Data diolah 2023

Hasil uji validitas dan reliabilitas instrument pada variabel laten endogen kinerja UKM (Y_2) dapat dilihat pada tabel 4.7. Variabel kinerja UKM memiliki 3 indikator yang terdiri dari 15 item pertanyaan.

Tabel 4.8 Hasil uji validitas dan reliabilitas item pertanyaan variabel kinerja UKM (Y_2)

Indikator	Butir	Korelasi	P value	Kesimpulan
Kepuasan Konsumen ($Y_{2.1}$)	Y _{2.1.1}	0,893	0,000	Valid
	Y _{2.1.2}	0,893	0,000	Valid
	Y _{2.1.3}	0,759	0,000	Valid
	Y _{2.1.4}	0,578	0,001	Valid
	Y _{2.1.5}	0,785	0,000	Valid
	Koefisien <i>cronbach alpha</i> = 0,826 (Reliabel)			
Pertumbuhan Penjualan ($Y_{2.2}$)	Y _{2.2.1}	0,775	0,000	Valid
	Y _{2.2.2}	0,745	0,000	Valid
	Y _{2.2.3}	0,697	0,000	Valid
	Y _{2.2.4}	0,718	0,000	Valid
	Y _{2.2.5}	0,820	0,000	Valid
	Koefisien <i>cronbach alpha</i> = 0,779 (Reliabel)			
Pertumbuhan Pasar ($Y_{2.3}$)	Y _{2.3.1}	0,872	0,000	Valid
	Y _{2.3.2}	0,848	0,000	Valid
	Y _{2.3.3}	0,919	0,000	Valid
	Y _{2.3.4}	0,906	0,000	Valid
	Y _{2.3.5}	0,878	0,000	Valid
	Koefisien <i>cronbach alpha</i> = 0,928 (Reliabel)			

Sumber: Data diolah 2023

Secara keseluruhan item pertanyaan pada variabel kinerja UKM memiliki nilai korelasi dengan $> 0,4$ serta $p\text{-value } 0,000 < \alpha (0,05)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan variabel kinerja UKM (Y_2) dinyatakan valid. Selain itu secara keseluruhan setiap indikator yang menyusun variabel kinerja UKM (Y_2) memiliki nilai koefisien *cronbach alpha* $> 0,60$ sehingga instrument item pertanyaan variabel kinerja UKM (Y_2) dinyatakan reliable. Setelah seluruh item pertanyaan dalam kuisisioner dinyatakan valid dan reliable maka kuisisioner tersebut dinyatakan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.3. Hasil Analisis Deskriptif

4.3.1 Deskripsi Umum Responden

Bagian sub-bab ini berisi penjelasan deskripsi responden yang meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, status usaha dagang, produk yang dihasilkan dan pemasaran. Penjelasan tersebut sangat penting untuk memberikan pemahaman yang utuh terhadap latar belakang responden.

Tabel 4.9 Jenis Kelamin Responden

No.	Asal Responden	Jenis Kelamin		Jumlah Responden
		Laki-laki	Perempuan	
1.	Bangkalan	14	26	40
2.	Sampang	2	4	6
3.	Pamekasan	13	47	60
4.	Sumenep	6	29	35
Total		35	106	141
Persentase		24,82	75,17	100

Sumber : Data primer 2023, diolah

Pada tabel di atas menunjukkan jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 35 orang atau 24,82%, sedangkan jumlah responden perempuan lebih banyak 106 orang atau 75,17%, maka dapat di simpulkan bahwa pembatik banyak dilakukan oleh perempuan karena pekerjaan tersebut butuh ketelatenan, kesabaran, keluwesan, kecermatan dan waktu yang lama, oleh karenanya pembatik lebih banyak dilakukan oleh perempuan atau ibu-ibu rumah tangga dalam mengerjakan pola, desain, motif dan pembatik atau yang sering disebut dengan nyanting.

Tabel 4.10 Usia Responden

No.	Asal Responden	Usia Responden					Jumlah
		20-30	31-40	41-50	51-60	61-70	
1.	Bangkalan	5	14	3	16	2	40
2.	Sampang	1	2	2	1	0	6
3.	Pamekasan	15	19	9	13	4	60
4.	Sumenep	3	14	8	7	3	35
Total		24	49	22	37	9	141
Persentase		17,02	34,76	15,60	26,24	6,38	100

Sumber: Data primer 2023, diolah

Tabel 4.10 menunjukkan sebagian besar usia responden berkisar antara 20 sampai dengan 30 tahun, 31 sampai dengan 40, dan usia 41 sampai dengan 50 yaitu berurutan 42 orang atau 29,8% dan 60 orang atau 42,6% dan 33 orang atau 23,40%, sementara usia responden antara 51 tahun sampai dengan 60 tahun sebanyak 6 orang atau 4,25%. Jadi responden yang juga pembatik di dominasi oleh orang-orang yang memiliki usia produktif.

Tabel 4.11 Tingkat Pendidikan Responden

No.	Asal Responden	Tingkat Pendidikan					Jumlah
		Tamat SD	Tamat SMP	Tamat SMA	Tamat Diploma	Sarjana	
1.	Bangkalan	18	13	5	1	3	40
2.	Sampang	2	2	1	0	1	6
3.	Pamekasan	29	7	11	4	9	60
4.	Sumenep	18	1	7	2	7	35
Total		67	23	24	7	20	141
Persentase		47,51	16,31	17,02	4,96	14,18	100

Sumber : Data primer 2023, diolah

Tabel 4.11 menunjukkan sebagian besar responden, yakni sebanyak 67 orang atau 47,51% berpendidikan lulus SD atau sederajat, kemudian diikuti sebanyak 24 orang atau 17,02% berpendidikan lulus SMA atau sederajat. Selanjutnya sebanyak 23 orang atau 16,31% berpendidikan lulus SMP atau sederajat dan sebanyak 20 orang atau 14,18% berpendidikan sarjana. Dari data tersebut dapat disimpulkan banyaknya responden berpendidikan lulus SD atau sederajat memperlihatkan kecenderungan usaha mikro batik, belum banyak diminati oleh lulusan diploma yang dalam tabel tersebut hanya sebesar 7 orang atau 4,96%.

Tabel 4.12 Jenis Produksi Batik Responden

No.	Asal Responden	Barang yang dihasilkan			Jumlah Responden
		Khusus Batik Tulis	Khusus Batik Cap	Batik Tulis dan Batik Cap	
1.	Bangkalan	25	4	11	40
2.	Sampang	5	0	1	6
3.	Pamekasan	47	2	11	60
4.	Sumenep	35	0	0	35
Total		112	6	23	141
Persentase		79,43	4,25	16,31	100

Sumber : Data primer 2023, diolah

Tabel 4.12 memperlihatkan sebagian besar responden, yakni 112 orang atau 79,43% memproduksi khusus batik tulis, diikuti sebanyak 23 orang atau 16,31% memproduksi keduanya atau batik tulis dan batik cap dan khusus batik cap hanya sebanyak 6 orang atau 4,25%. Dari tabel diatas tersebut dapat dilihat daerah Sampang dan Sumenep tidak memproduksi batik cap, hal ini dikarenakan pada daerah tersebut masih memegang teguh ciri khas, yaitu batik tulis madura.

Tabel 4.13 Pemasaran UKM Batik

No.	Asal Responden	Pemasaran				Jumlah
		Lokal	P.Jawa	Nasional	Ekspor	
1.	Bangkalan	7	18	13	2	40
2.	Sampang	1	3	2	0	6
3.	Pamekasan	15	22	19	4	60
4.	Sumenep	3	8	23	1	35
Total		24	49	22	7	141
Persentase		17,02	34,76	15,60	26,24	100

Sumber: Data primer 2023, diolah

Tabel 4.13 memperlihatkan cakupan wilayah pemasaran produk batik sebagian besar responden, yakni 49 orang atau 34,76% pemasaran yang dilakukan tidak hanya pada daerah sekitar UKM Batik, tetapi juga sampai pada pulau jawa terutama Jawa Timur, sedangkan untuk pemasaran ditingkat lokal yang dilakukan di daerah sekitarnya diikuti sebanyak 24 orang atau 17,02%, dan sebanyak 7 orang atau 26,24%. Pemasaran dilakukan di berbagai daerah di Indonesia. Dari tabel diatas dapat dilihat daerah Pamekasan, Bangkalan dan Sumenep pemasaran sudah dilakukan sampai pada tingkat internasional, ini membuktikan bahwa minat

konsumen terhadap produk batik Madura sangat tinggi, tidak kalah dengan produk batik dari daerah lain.

4.3.2 Deskriptif Variabel-Variabel Penelitian

Penelitian ini memiliki 2 variabel eksogen yaitu orientasi kewirausahaan dan dukungan pemerintah, serta memiliki 2 variabel endogen yaitu inovasi produk, dan kinerja perusahaan. Deskripsi masing-masing variabel menggunakan tabel distribusi frekuensi yang diperoleh dari tabulasi dan rata-rata skor jawaban responden.

Penelitian ini ditujukan mengukur sikap responden yang dilakukan kedalam perilaku sehari-hari. Menurut Black dan Champion (2001:172) instrumen pengukuran yang cocok untuk mengukur hal tersebut adalah menggunakan pengukuran Skala Likert. Penerapan pengukuran Skala Likert menggunakan lima alternatif jawaban secara berjenjang, misalnya "sangat tidak setuju" identik dengan nilai 1 (satu), "tidak setuju" identik dengan nilai 2 (dua), "netral" identik dengan nilai 3 (tiga), "setuju" identik dengan nilai 4 (empat), dan "sangat setuju" identik dengan nilai 5 (lima).

Dasar interpretasi nilai rata-rata jawaban dari masing-masing item pertanyaan yang digunakan mengacu pada interpretasi skor oleh Sugiyono (2014). Interpretasi nilai rentang rata-rata skor dapat dilihat pada Tabel 4.14 berikut.

Tabel 4.14 Interpretasi Dasar Skor Pada Variabel Penelitian

No.	Nilai Rata-Rata Skor	Interpretasi
1.	1-1,8	Jelek/Sangat tidak penting
2.	> 1,8 -2,6	Tidak Penting
3.	>2,6-3,4	Biasa
4.	>3,4-4,2	Penting
5.	>4,2-5	Sangat Penting

Sumber: Sugiyono (2014)

Variabel orientasi kewirausahaan diukur dengan menggunakan lima indikator. Kelima indikator tersebut meliputi: agresif berkompetisi ($X_{1.1}$), proaktif ($X_{1.2}$), berani mengambil resiko ($X_{1.3}$) otonomi ($X_{1.4}$) dan keinovasian ($X_{1.5}$). Hasil analisis deskriptif pada variabel orientasi kewirausahaan dapat dilihat melalui tabel berikut.

Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Agresif Berkompetisi (X_{1.1}).

		Jawaban Responden					Nilai Rata-rata
		5	4	3	2	1	
X1.1.1	F	26	98	12	5	0	4,29
	%	18,4	69,5	8,51	3,55	0	
X1.1.2	F	28	76	32	5	0	4,16
	%	19,9	53,9	22,7	3,55	0	
X1.1.3	F	27	63	35	13	1	4,36
	%	19,1	44,7	24,8	9,22	0,71	
X1.1.4	F	27	77	28	9	0	3,47
	%	19,1	54,6	19,9	6,38	0	
X1.1.5	F	34	81	19	5	2	4,15
	%	24,1	57,4	13,5	3,55	1,42	

Sumber : Data Primer diolah tahun 2023

X_{1.1.1} = Perusahaan yang kompetitif dalam industri batik.

X_{1.1.2} = Cara agresif dalam bersaing

X_{1.1.3} = Pemilik UKM mencoba melepaskan diri dari ketatnya persaingan.

X_{1.1.4} = Pemilik agresif dalam berkompetisi dengan pesaing

X_{1.1.5} = Pemilik memperhitungkan kompetisi dengan pesaing dengan baik

Memperhatikan hasil distribusi frekuensi dan presentase indikator sumber daya fisik yang bernilai, terlihat bahwa item yang mempunyai nilai rata-rata tertinggi terdapat pada X_{1.1.1} (Perusahaan yang kompetitif dalam industri batik) dari indikator agresif berkompetisi dengan nilai rata-rata 4,36. Sebanyak 98 responden atau 69,5% menyatakan setuju bahwa perusahaan harus agresif dalam berkompetisi sebagai modal bersaing perusahaan adalah sangat penting. Bahkan 26 responden atau 18,4% menyatakan sangat setuju, dan 5 responden atau 3,55% menyatakan netral.

Selanjutnya, pada item X_{1.1.5} (Pemilik memperhitungkan kompetisi dengan pesaing dengan baik) didapat nilai rata-rata 4,29 yang memiliki interpretasi sangat penting. Sebanyak 81 atau 57,4% responden menyatakan setuju bahwa pemilik usaha batik selalu memperhitungkan kompetisi dengan pesaing dalam memproduksi batik sangat dibutuhkan sebagai acuan dalam pembuatan batik selama proses produksi. Ini diperkuat dengan 34 atau 24,1% responden yang

sangat setuju dan hanya 5 atau 3,55% responden yang netral dan hanya 2 atau 1,42% responden menjawab tidak setuju

Skor untuk item X_{1.1.4} adalah 4,16 yang memiliki interpretasi sangat penting. Sebanyak 77 atau 54,6% responden setuju bahwa pemilik usaha batik agresif dalam berkompetisi dengan pesaing sebagai modal yang penting untuk kemajuan perusahaan. Hal ini diperkuat dengan sebanyak 27 atau 19,1% responden menjawab sangat setuju dan 9 atau 6,38% responden yang netral.

Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Proaktif (X_{1.2}).

		Jawaban Responden					Nilai Rata-rata
		5	4	3	2	1	
X1.2.1	F	51	75	12	3	0	4,29
	%	36,2	53,2	8,51	2,13	0	
X1.2.2	F	23	88	23	6	0	4,16
	%	16,3	62,4	16,3	4,26	0	
X1.2.3	F	46	77	13	3	1	4,36
	%	33	55	9,2	2,1	0,7	
X1.2.4	F	52	71	17	1	0	4,31
	%	37	50	12	0,7	0	
X1.2.5	F	33	79	22	7	0	4,18
	%	23	56	16	5	0	

Sumber : Data Primer diolah tahun 2023

X_{1.2.1} = Pemilik UKM terus mencari peluang baru yang terkait dengan pemasaran produk

X_{1.2.2} = Pemilik UKM yang pertama kali memperkenalkan layanan baru di industri

X_{1.2.3} = Pemilik UKM terus mencari perusahaan yang bisa diajak bekerjasama

X_{1.2.4} = Pemilik UKM terus mencari peluang untuk meningkatkan kinerja perusahaan

X_{1.2.5} = Pemilik UKM berusaha mendahului pesaing dalam merespon tantangan pasar

Indikator proaktif pada tabel 4.16 memiliki lima item. Item Pemilik UKM berusaha mendahului pesaing dalam merespon tantangan pasar (X_{1.2.5}) memiliki nilai rata-rata sebesar 59% dari empat item lainnya, dengan kata lain pemilik usaha batik berusaha selangkah lebih maju dari pesaing dalam merespon perkembangan pasar sehingga produk batik yang akan diproduksi dapat menyesuaikan dengan selera pasar saat ini .

Selanjutnya, pada item (X_{1.2.2}) memiliki nilai tertinggi yang dapat dimaknai penting. Sebanyak 88 atau 62,4% responden setuju Pemilik UKM yang

pertama kali memperkenalkan layanan baru di industri batik, sementara itu . 23 atau 16,3% responden netral dan 52 atau 0,71% responden tidak setuju. Dari nilai diatas mayoritas pemilik UKM memiliki inisiatif untuk memperkenalkan layanan baru dalam industri batik seperti melayani pesanan motif batik tertentu..

Pemilik UKM terus mencari peluang untuk meningkatkan kinerja perusahaan (X_{1.2.4}) memiliki nilai rata-rata sebesar 3,59 yang memiliki arti penting. Hal ini didukung sebanyak 70 atau 50% responden setuju dan 1 atau 37% sangat setuju jika pemilik UKM terus mencari peluang untuk meningkatkan kinerja perusahaan, dan sebanyak 1 atau 0,71% responden netral dan 0% responden tidak setuju. Ini berarti pemilik UKM harus terus mencari peluang untuk meningkatkan kinerja perusahaan sangat penting dilakukan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.

Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Berani Mengambil Resiko (X_{1.3}).

		Jawaban Responden					Nilai Rata-rata
		5	4	3	2	1	
X1.3.1	F	47	62	30	2	0	4,29
	%	33,3	44	21,3	1,42	0	
X1.3.2	F	30	71	29	11	0	4,16
	%	21,3	50,4	20,6	7,8	0	
X1.3.3	F	18	80	35	7	1	4,36
	%	13	57	25	5	0,7	
X1.3.4	F	62	54	22	3	0	4,57
	%	44	38,3	15,6	2,13	0	
X1.3.5	F	55	64	20	2	0	4,42
	%	39	45,4	14,2	1,42	0	

Sumber : Data Primer diolah tahun 2023

X_{1.3.1} = Dalam perusahaan, ketidakpastian merupakan tantangan

X_{1.3.2} = Karyawan didorong untuk memperluas akses pasar

X_{1.3.3} = Pimpinan dapat menerima bahwa beberapa saran mungkin gagal saat diimplementasikan

X_{1.3.4} = Perusahaan menekankan peluang untuk sukses daripada peluang untuk gagal

X_{1.3.5} = Dalam perusahaan, kegagalan dipandang sebagai pengalaman belajar

Data pada tabel 4.17 indikator berani mengambil resiko memperlihatkan urutan nilai rata-rata tertinggi sampai terendah. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pimpinan dapat menerima bahwa beberapa saran mungkin gagal saat diimplementasikan ($X_{1.3.3}$) dengan nilai rata-rata 4,34 yang memiliki arti sangat penting. Sebanyak 80 atau 57% responden setuju dan 18 atau 13% responden sangat setuju pimpinan dapat menerima bahwa beberapa saran mungkin gagal saat diimplementasikan, hal tersebut digunakan untuk menjaga kelancaran proses produksi batik. Hanya 2 atau 1,42% yang netral dan 0% responden sangat tidak setuju.

Selanjutnya nilai rata-rata item ($X_{1.3.2}$) didapat nilai rata-rata 4,27 yang memiliki interpretasi sangat penting. Sebanyak 71 atau 50,4% responden dan 30 atau 21,3% responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Hanya 11 atau 7,8% responden dan 1 atau 1,09% responden yang netral dan sangat tidak setuju. Ini berarti perusahaan memiliki jaringan pemasaran yang dapat digunakan untuk modal bersaing sangat penting.

Selanjutnya, pada item karyawan didorong untuk memperluas akses pasar ($X_{1.3.2}$) memiliki nilai rata-rata 4,2 yang dapat dimaknai penting. Sebanyak 68 atau 73,91% responden setuju dan 15 atau 16,3% responden sangat setuju bahwa perusahaan memiliki jaringan pemasaran yang dapat digunakan untuk kemajuan usaha batik. Hanya sebanyak 8 atau 8,7% responden netral dan 0% responden tidak setuju. Dari nilai diatas penting kiranya pimpinan dapat menerima bahwa beberapa saran mungkin gagal saat diimplementasikan untuk kemajuan usahanya.

Tabel 4.18 Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Otonomi ($X_{1.4}$).

		Jawaban Responden					Nilai Rata-rata
		5	4	3	2	1	
X1.4.1	F	48	68	19	6	0	4,29
	%	34	48,2	13,5	4,26	0	
X1.4.2	F	42	78	18	3	0	4,16
	%	29,8	55,3	12,8	2,13	0	
X1.4.3	F	28	77	22	12	2	4,36
	%	20	55	16	8,5	1,4	
X1.4.4	F	30	69	38	4	0	4,28
	%	21	49	27	2,8	0	
X1.4.5	F	53	64	18	6	0	4,46
	%	38	45	13	4,3	0	

Sumber : Data Primer diolah tahun 2023

X_{1.4.1} = Kebebasan ide untuk karyawan

X_{1.4.2} = Kepercayaan untuk karyawan

X_{1.4.3} = Akses informasi karyawan

X_{1.4.4} = Memberikan kepercayaan kepada karyawan untuk membuat motif batik

X_{1.4.5} = Pemilik usaha menentukan ciri khas batiknya

Hasil distribusi frekuensi dan presentase indikator otonomi, terlihat bahwa item yang mempunyai nilai rata-rata tertinggi terdapat pada perusahaan memberi akses informasi karyawan yang dapat digunakan untuk kemajuan usaha batik (X_{1.4.3}) dengan nilai rata-rata 4,11. Sebanyak 77 atau 55% responden dan 28 atau 20% responden menyatakan setuju bahwa perusahaan memberi akses informasi karyawan yang digunakan untuk memajukan usahanya adalah sangat penting. Hanya 12 atau 8,5% responden menyatakan netral dan 2 responden atau 1,4% tidak setuju. Akses informasi untuk karyawan merupakan salah satu kebijakan atasan dalam memberikan kepercayaan kepada karyawannya dengan harapan karyawan dapat memberikan ide, gagasan dan inovasi terhadap perkembangan perusahaan untuk memajukan usahanya.

Selanjutnya, pada item kebebasan ide untuk karyawan (X_{1.4.1}) didapat nilai rata-rata 3,89 yang memiliki arti penting. Sebanyak 68 atau 48,2% responden menyatakan setuju dan 48 atau 34% responden sangat setuju bahwa kebebasan ide untuk karyawan dapat menjadi inovasi perusahaan dalam menjaga kelancaran selama proses produksi. Hanya 19 atau 13,5% responden yang netral dan 0% responden yang tidak setuju. Ini berarti kebebasan ide untuk karyawan penting dibentuk guna memperlancar proses produksi yang meliputi pembuatan motif batik, perkembangan pasar dan pemenuhan bahan baku.

Skor rata-rata untuk item pemilik usaha memberikan kepercayaan kepada karyawan untuk membuat motif batik (X_{1.4.4}) adalah 3,8 yang memiliki interpretasi penting. Sebanyak 69 atau 49% responden setuju dan 30 atau 20% responden sangat setuju bahwa pemilik usaha memberikan kepercayaan kepada karyawan untuk membuat motif batik dapat digunakan untuk modal bersaing. Sebanyak 43 atau 46,76 responden menjawab netral dan 0% responden yang tidak setuju. Dari nilai yang didapat menunjukkan bahwa pemilik usaha menganggap

memberikan kepercayaan kepada karyawan untuk membuat motif batik penting sebagai modal bersaing dengan usaha batik yang lain.

Tabel 4.19 Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator inovasi (X_{1.5}).

		Jawaban Responden					Nilai Rata-rata
		5	4	3	2	1	
X1.5.1	F	81	50	9	1	0	4,29
	%	57,4	35,5	6,38	0,71	0	
X1.5.2	F	52	68	16	4	1	4,16
	%	37	48	11	2,8	0,7	
X1.5.3	F	52	59	25	5	0	4,36
	%	37	42	18	3,5	0	
X1.5.4	F	52	60	19	9	0	4,36
	%	37	43	13	6,4	0	
X1.5.5	F	56	66	15	4	0	4,49
	%	40	47	11	2,8	0	

Sumber : Data Primer diolah tahun 2023

X_{1.5.1} = Ide baru sangat penting

X_{1.5.2} = Ide baru dari karyawan di perhatikan

X_{1.5.3} = Desain batik yang dibuat selalu baru mengikuti keinginan konsumen

X_{1.5.4} = Inovasi yang diterapkan tidak hanya inovasi produk

X_{1.5.5} = Pemilik selalu dapat membuat desain/motif batik terbaru

Pada tabel 4.19 indikator inovasi terdapat lima item. Item ide baru sangat penting (X_{1.5.1}) memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,17. Mayoritas 81 atau 57,4% responden sangat setuju bahwa ide baru sangat penting digunakan perusahaan untuk memajukan usaha batik. Sebanyak 50 atau 35,5% responden menyatakan setuju atas pernyataan tersebut. Hanya 9 atau 6,38% responden yang netral. Dalam hal ini responden cenderung setuju bahwa ide baru sangat penting merupakan salah satu strategi untuk memajukan usaha.

Selanjutnya item ide baru dari karyawan diperhatikan (X_{1.5.2}) memiliki nilai rata-rata 3,95. Sebanyak 68 atau 48% responden setuju bahwa ide baru dari karyawan diperhatikan dapat digunakan oleh perusahaan sebagai modal bersaing dengan UKM batik yang lain. Hal ini diperkuat 52 atau 37% responden sangat setuju atas pernyataan tersebut.

Pada item inovasi yang diterapkan tidak hanya inovasi produk (X_{1.5.4}) memiliki arti penting bagi perusahaan dengan nilai rata-rata sebesar 3,92. Sebanyak 60 atau

43% responden setuju dengan inovasi yang diterapkan tidak hanya inovasi produk. Hal ini didukung oleh 52 atau 37% responden yang sangat setuju dengan pernyataan diatas. Hanya 9 atau 6,4% responden yang memberi jawaban netral yang berarti inovasi yang diterapkan tidak hanya inovasi produk saja sebagai modal untuk meningkatkan perkembangan perusahaan.

4.3.3. Deskriptif Variabel Dukungan Pemerintah

Variabel dukungan pemerintah pada penelitian ini diukur dengan menggunakan tiga indikator. Ketiga indikator tersebut, yaitu perlindungan hukum, bantuan modal dan pembinaan UKM batik. Hasil analisis deskriptif pada variabel dukungan pemerintah dapat dilihat melalui tabel berikut.

Tabel 4.20 Distribusi Frekuensi dan Presentase Variabel Bantuan Hukum (X_{2.1})

		Jawaban Responden					Nilai Rata-rata
		5	4	3	2	1	
X2.1.1	F	56	76	8	1	0	4,29
	%	39,7	53,9	5,67	0,71	0	
X2.1.2	F	43	81	17	0	0	4,16
	%	30	57	12	0	0	
X2.1.3	F	43	78	17	3	0	4,36
	%	30	55	12	2,1	0	
X2.1.4	F	48	70	18	5	0	4,22
	%	34	49,6	12,8	3,55	0	
X2.1.5	F	48	72	15	6	0	4,28
	%	34	51	11	4,3	0	

Sumber : Data Primer diolah tahun 2023

X_{2.1.1} = Kemudahan dalam memberikan perijinan usaha

X_{2.1.2} = Kemudahan dalam proses administrasi UKM

X_{2.1.3} = SIUP dan TDP sangat penting dalam pendirian usaha batik

X_{2.1.4} = Mendapatkan sosialisasi pentingnya proses perijinan dari Dinas Terkait

X_{2.1.5} = Mendapatkan sosialisasi pentingnya proses pengurusan HAKI

Memperhatikan tabel 4.20 diatas, terlihat bahwa item ijin usaha berupa SIUP dan TDP sangat penting dalam pendirian usaha batik untuk penunjang dari sisi legalitas usaha guna memajukan usaha batik (X_{2.1.3}) memiliki nilai rata-rata tertinggi dengan nilai 4,18. Ini menunjukkan bahwa pada variabel dukungan pemerintah (X₂) sangat penting digunakan untuk memajukan usaha batik. Yang nantinya dapat mendukung dalam kemudahan memperoleh bantuan modal,

memperoleh pelatihan keahlian, dan ruang pasar yang di sediakan oleh pemerintah daerah

Item pertama, yaitu kemudahan dalam memberikan perijinan usaha (X_{2.1.1}) dari 92 responden mayoritas 53,9% setuju dan 39,7% sangat setuju jika kemudahan dalam memberikan perijinan usaha dapat mendorong perusahaan untuk berkembang dan bersaing. Responden yang netral pada indikator ini sebanyak 5,67%. Nilai rata-rata indikator ini adalah 4,16. Nilai ini memiliki makna bahwa penting sebuah usaha memiliki SIUP dan TDP dalam pendirian usaha batik agar bisa mendapatkan dukungan dari pemerintah daerah dalam pengelolaan usahanya.

Item selanjutnya kemudahan dalam proses administrasi UKM (X_{2.1.2}), memperlihatkan bahwa 57% responden setuju, ini diperkuat dengan 30% responden sangat setuju bahwa kemudahan dalam proses administrasi UKM sebagai salah satu bentuk dukungan pemerintah terhadap UKM dalam pengelolaan usahanya.. Terdapat 12% responden menjawab netral dan 0% responden menjawab tidak setuju. Nilai rata-rata indikator ini adalah 4,08. Nilai ini memiliki arti bahwa dukungan pemerintah sangat penting dimiliki oleh UKM batik baik dalam pengelolaan badan usahanya, produksi batiknya, dan pemasarannya.

Pada item mendapatkan sosialisasi pentingnya proses perijinan dari Dinas Terkait (X_{2.1.4}), hasil penelitian memperlihatkan bahwa 49,6% responden setuju bahwa mendapatkan sosialisasi pentingnya proses perijinan dari Dinas Terkait, penting untuk dilakukan oleh pemerintah daerah setempat mengingat masih banyak usaha batik yang belum memiliki ijin usaha dan belum terdaftar di Dinas Koperasi dan industri (DISKOPERINDAG), dan sebanyak 34% responden sangat setuju dan memperkuat pernyataan pada indikator ini. Nilai rata-rata indikator ini adalah 4,18. Nilai tersebut memiliki makna bahwa mendapatkan sosialisasi pentingnya proses perijinan dari dinas terkait penting dilakukan untuk mendorong para pemilik usaha batik agar mendaftarkan usahanya, sehingga mendapat dukungan pemerintah dalam pengelolaan usahanya

Tabel 4.21 Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Bantuan Modal (X_{2.2})

		Jawaban Responden					Nilai Rata-rata
		5	4	3	2	1	
X _{2.2.1}	F	72	63	6	0	0	4,29
	%	51	45	4,3	0	0	
X _{2.2.2}	F	55	61	24	1	0	4,16
	%	39	43	17	0,7	0	
X _{2.2.3}	F	38	69	30	4	0	4,36
	%	27	49	21	2,8	0	
X _{2.2.4}	F	50	68	22	1	0	4,27
	%	35	48	16	0,7	0	
X _{2.2.5}	F	68	51	21	1	0	4,39
	%	48	36	15	0,7	0	

Sumber : Data Primer diolah tahun 2023

X_{2.2.1} = Bantuan modal sangat berguna bagi UKM Batik

X_{2.2.2} = Jumlah bantuan modal yang diberikan cukup membantu UKM Batik

X_{2.2.3} = Kemudahan dalam memfasilitasi bantuan pinjaman modal usaha

X_{2.2.4} = Kemudahan terwujudnya stabilitas perekonomian UKM

X_{2.2.5} = Bantuan modal diberikan kepada UKM Batik yang terdaftar di Dinas terkait

Hasil penelitian memperlihatkan item bantuan modal sangat berguna bagi UKM Batik (X_{2.2.1}), mayoritas 45% responden setuju dan 51 % responden sangat setuju bahwa bantuan modal sangat berguna bagi UKM Batik. Namun, ada 4,3% responden netral dalam menjawab indikator ini. Nilai rata-rata indikator ini adalah 4,08. Nilai ini bermakna bahwa bantuan modal adalah salah satu bentuk dukungan pemerintah terhadap tumbuh kembang UKM terutama UKM Batik adalah penting.

Data deskripsi item Jumlah bantuan modal yang diberikan cukup membantu UKM Batik (X_{2.2.2}), memperlihatkan sebagian besar 43% responden menyatakan setuju dan 39% responden menyatakan sangat setuju untuk menciptakan motif batik yang unik. Terdapat 17% responden yang menjawab netral (ragu-ragu) sehingga menjadi salah satu penyebab nilai rata-rata indikator 3,98. Nilai ini memiliki makna bahwa pemilik sekaligus pengrajin batik setuju bahwa jumlah bantuan modal yang diberikan cukup membantu UKM Batik.

Selanjutnya pada tabel 4.20 diketahui bahwa item jumlah bantuan modal yang diberikan cukup membantu UKM Batik (X_{2.2.3}) sebanyak 49% responden

setuju dan 27% responden sangat setuju terhadap dukungan pemerintah terkait jumlah bantuan modal yang diberikan cukup membantu UKM Batik. Hanya 2,8% responden yang menjawab ragu-ragu dengan pernyataan tersebut. Hal ini membuat nilai rata-rata indikator ketiga sebesar 3,92. Nilai ini memiliki makna bahwa jumlah bantuan modal yang diberikan cukup membantu UKM Batik untuk terus tumbuh dan berkembang.

Tabel 4.22 Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Pembinaan UKM (X_{2.3})

		Jawaban Responden					Nilai Rata-rata
		5	4	3	2	1	
X2.3.1	F	42	86	9	4	0	4,29
	%	30	61	6,4	2,8	0	
X2.3.2	F	50	79	11	1	0	4,16
	%	35	56	7,8	0,7	0	
X2.3.3	F	40	78	21	2	0	4,36
	%	28	55	15	1,4	0	
X2.3.4	F	41	73	24	3	0	4,22
	%	29,1	51,8	17	2,13	0	
X2.3.5	F	39	79	19	4	0	4,31
	%	28	56	13	2,8	0	

Sumber : Data Primer diolah tahun 2019 (lampiran 4)

X2.3.1 = Melakukan pembinaan kepada UKM secara berkelanjutan

X2.3.2 = Mengadakan pelatihan kepada UKM

X2.3.3 = Pemerintah secara berkesinambungan memberikan pelatihan proses membatik

X2.3.4 = Pemerintah mengikutkan pemilik mengikuti pelatihan membatik

X2.3.5 = Dinas memberikan pembinaan dalam peningkatan kualitas produk dan strategi pemasaran

Pada item melakukan pembinaan kepada UKM secara berkelanjutan (X_{2.3.1}) diketahui 61 % responden setuju dan 30% responden sangat setuju bahwa pemerintah melalui dinas yang membidangi untuk melakukan pembinaan kepada UKM secara berkelanjutan. Sejumlah 6,4% responden dan 2,8% responden netral dan tidak setuju. Hal ini membuat nilai rata-rata indikator ini 3,64. Nilai ini mempunyai makna pemilik sekaligus pengrajin batik cenderung setuju bahwa penting mendapatkan pembinaan dari pemerintah kepada UKM secara

berkelanjutan dengan harapan pemerintah dapat memantau tumbuh kembang dan kebutuhan apa saja yang diperlukan untuk kemandirian dan kemajuan UKM Batik

Item selanjutnya mengadakan pelatihan kepada UKM Batik (X_{2.3.2}) memperlihatkan 56% responden setuju dan 35% responden sangat setuju bahwa bentuk dukungan pemerintah tidak hanya bantuan modal saja, tetapi juga dukungan pengetahuan berupa mengadakan pelatihan kepada pemilik dan pengrajin batik. Terdapat 7,8% responden dan 0,7% responden menjawab netral dan tidak setuju. Nilai rata-rata indikator ini adalah 3,6. Nilai ini memiliki arti bahwa dukungan pemerintah selain kemudahan akses, bantuan modal, sangat penting juga dalam memberikan dukungan pengetahuan yang dapat membantu meningkatkan pengetahuan pengrajin batik tentang motif produk batik dan cara membatik yang bagus, sehingga pelatihan yang dilakukan sangat penting dan harus berkesinambungan.

Selanjutnya pada item pemerintah secara berkesinambungan memberikan pelatihan proses membatik (X_{2.3.3}), memperlihatkan bahwa 55% responden dan 28% responden menyatakan setuju dan sangat setuju pemerintah secara berkesinambungan memberikan pelatihan proses membatik kepada pemilik dan pengrajin batik secara berkesinambungan. Sebanyak 15% responden menjawab netral dan 1,4% responden serta 0% responden tidak setuju dan sangat tidak setuju akan pernyataan tersebut. Nilai rata-rata indikator ini adalah 3,61. Nilai ini memiliki arti dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan membatik secara terus menerus agar dapat memberikan tambahan pengetahuan membatik kepada para pemilik dan pengrajin batik.

4.3.4 Deskriptif Variabel Inovasi Produk

Variabel inovasi produk pada penelitian ini diukur dengan menggunakan lima item pertanyaan. Item pertanyaan tersebut diturunkan dari dua indikator variabel yaitu variasi produk dan kualitas produk. Kelima item pertanyaan itu meliputi: menghasilkan produk yang berbeda dari sebelumnya (Y_{1.1.1}), variasi produk yang dihasilkan cukup banyak dalam periode 3 bulan (Y_{1.1.2}), produk baru disukai konsumen (Y_{1.1.3}), Produk kami memiliki ciri khas motif yang bisa dibedakan dari pesaing (Y_{1.1.4}), Produk kami memiliki variasi pewarnaan yang

berbeda dari pesaing (Y_{1.1.5}), Hasil deskriptif responden pada variabel inovasi produk dengan indikator variasi produk dapat dilihat melalui tabel berikut.

Tabel 4.23 Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Variasi Produk (Y_{1.1}).

		Jawaban Responden					Nilai Rata-rata
		5	4	3	2	1	
Y _{1.1.1}	F	46	89	6	0	0	4,29
	%	33	63	4,3	0	0	
Y _{1.1.2}	F	31	82	28	0	0	4,16
	%	22	58	20	0	0	
Y _{1.1.3}	F	39	73	25	4	0	4,36
	%	28	52	18	2,8	0	
Y _{1.1.4}	F	36	88	10	7	0	4,14
	%	26	62	7,1	5	0	
Y _{1.1.5}	F	31	92	15	3	0	3,97
	%	22	65	11	2,1	0	

Sumber : Data Primer diolah tahun 2023

Y_{1.1.1} = Menghasilkan produk yang berbeda dari sebelumnya.

Y_{1.1.2} = Variasi produk yang kami hasilkan cukup banyak dalam periode 3 bulan.

Y_{1.1.3} = Produk baru kami disukai konsumen.

Y_{1.1.4} = Produk kami memiliki ciri khas motif yang bisa dibedakan dari pesaing

Y_{1.1.5} = Produk kami memiliki variasi pewarnaan yang berbeda dari pesaing

Pada tabel 4.23 item menghasilkan produk yang berbeda dari sebelumnya (Y_{1.1.1}) diketahui 63 % responden setuju dan 33% responden sangat setuju bahwa pemilik sekaligus pengrajin batik menghasilkan produk batik yang berbeda dari sebelumnya. Sejumlah 4,3% responden dan 0% responden netral dan tidak setuju. Hal ini membuat nilai rata-rata indikator ini 4,01. Nilai ini mempunyai makna pemilik sekaligus pengrajin batik cenderung setuju bahwa penting menghasilkan produk batik yang berbeda dari sebelumnya.

Item selanjutnya variasi produk yang kami hasilkan cukup banyak dalam periode 3 bulan (Y_{1.1.2}) memperlihatkan 58,% responden setuju dan 22% responden sangat setuju bahwa pemilik usaha sekaligus pengrajin batik menghasilkan variasi produk batik yang cukup banyak selama periode 3 bulan. Terdapat 20% responden dan 0% responden menjawab netral dan tidak setuju. Nilai rata-rata

indikator ini adalah 4,02. Nilai ini memiliki arti pemilik usaha sekaligus pengrajin batik setuju bahwa penting untuk dapat menghasilkan variasi produk batik yang cukup banyak selama 3 bulan.

Data deskripsi item produk baru kami disukai konsumen (Y1.1.3), memperlihatkan sebagian besar 52% responden menyatakan setuju dan 28% responden menyatakan sangat setuju produk baru yang dibuat disukai konsumen. Hanya 18% responden yang menjawab netral (ragu-ragu) sehingga menjadi salah satu penyebab nilai rata-rata indikator 4,28. Nilai ini memiliki makna bahwa pemilik sekaligus pengrajin batik setuju bahwa produk baru yang diciptakan disukai oleh konsumen.

Sementara item Produk kami memiliki ciri khas motif yang bisa dibedakan dari pesaing (Y1.1.4) menyatakan sebanyak 62% responden setuju bahwa produk batik harus memiliki ciri khas motif yang bisa dibedakan dari pesaingnya, hal ini juga didukung oleh 26% responden yang menyatakan sangat setuju dengan pernyataan tersebut, sementara itu sebesar 7,1% responden menjawab netral atau ragu-ragu dan 0% responden menjawab tidak setuju, hal tersebut membuktikan bahwa UKM Batik harus memiliki motif yang menjadi ciri khas UKM Batik tersebut agar memiliki nilai lebih atau keunikan yang khas dan tidak dimiliki oleh UKM Batik lainnya.

Dan untuk item produk kami memiliki variasi pewarnaan yang berbeda dari pesaing (Y1.1.5) sebesar 65% responden menyatakan setuju dan 22% responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan produk batik memiliki variasi pewarnaan yang berbeda dari pesaing, sedangkan 11% responden dan 0% responden menyatakan netral dan tidak setuju. Hal ini membuktikan bahwa tidak hanya motif batik yang harus berbeda, tapi variasi pewarnaan atau kombinasi warna batik juga harus memiliki ciri khas atau keunikan tersendiri, sehingga dapat menjadi daya tarik konsumen untuk membeli produk batik yang dihasilkan.

Tabel 4.24 Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Kualitas Produk (Y_{1.2}).

		Jawaban Responden					Nilai Rata-rata
		5	4	3	2	1	
Y _{1.2.1}	F	30	86	22	3	0	4,29
	%	21	61	16	2,1	0	
Y _{1.2.2}	F	26	84	31	0	0	4,16
	%	18	60	22	0	0	
Y _{1.2.3}	F	40	80	20	1	0	4,36
	%	28,4	56,7	14,2	0,71	0	
Y _{1.2.4}	F	34	87	17	3	0	3,95
	%	24	62	12	2,1	0	
Y _{1.2.5}	F	39	73	26	3	0	4,13
	%	28	52	18	2,1	0	

Sumber : Data Primer diolah tahun 2023

Y_{1.2.1} = Produk yang kami hasilkan selalu terbeli oleh konsumen.

Y_{1.2.2} = Kami memiliki banyak pesanan batik dari konsumen.

Y_{1.2.3} = Harga produk kami tergolong murah.

Y_{1.2.4} = Kualitas produk kami lebih bagus daripada pesaing

Y_{1.2.5} = Produk kami tahan lama

Hasil penelitian memperlihatkan pada item produk yang kami hasilkan selalu terbeli oleh konsumen (Y_{1.2.1}) sebagian responden 61% menyatakan setuju dan 21% responden menyatakan sangat setuju jika produk yang dihasilkan selalu terbeli oleh konsumen. Hanya 16% responden memberi tanggapan netral. Nilai rata-rata indikator ini adalah 4,22 sekaligus nilai rata-rata tertinggi diantara yang lain. Nilai ini menunjukkan bahwa dalam menghasilkan produk batik penting untuk selalu terbeli oleh konsumen.

Selanjutnya pada item kami memiliki banyak pesanan batik dari konsumen (Y_{1.2.2}) memperlihatkan bahwa 0% responden netral (ragu-ragu) jika pemilik usaha yang sekaligus pengrajin batik memiliki banyak pesanan. Sebaliknya 60% responden setuju dan 18% responden sangat setuju pada pernyataan tersebut. Nilai rata-rata indikator ini adalah 4,17. Nilai ini memiliki arti penting bagi pemilik usaha yang sekaligus pengrajin batik memiliki banyak pesanan batik dari konsumen

Pada item harga produk kami tergolong murah (Y_{1.2.3}) memperlihatkan bahwa sebanyak 56,7% responden setuju dan 28,4% responden sangat setuju jika produk yang pemilik usaha yang sekaligus pengrajin batik tergolong murah. Namun sebanyak 14,2% responden menyatakan netral dan 0% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. nilai rata-rata indikator ini adalah 3,83. Nilai ini memiliki makna harga produk yang tergolong murah penting diciptakan untuk menarik minat kosumen dan calon pembeli.

Selanjutnya terkait tentang kualitas produk kami lebih bagus daripada pesaing (Y_{1.2.4}) memperlihatkan bahwa sebanyak 62% responden setuju dan 24% responden sangat setuju jika kualitas produk batik yang dihasilkan lebih bagus daripada pesaing. Namun sebanyak 12% responden menyatakan netral dan 0% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. nilai rata-rata indikator ini adalah 3,83. Nilai ini memiliki makna tentang kualitas produk batik yang dihasilkan lebih bagus daripada pesaing.

Pada item produk kami tahan lama (Y_{1.2.5}) memperlihatkan bahwa sebanyak 52% responden setuju dan 28% responden sangat setuju jika produk batik yang dihasilkan memiliki kualitas bagus dan tahan lama. Namun sebanyak 18% responden menyatakan netral dan 0% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. nilai rata-rata indikator ini adalah 3,83. Nilai ini memiliki makna produk yang dihasilkan selain tergolong murah juga memiliki kualitas yang bagus dan tahan lama, hal tersebut dibuat untuk menarik minat kosumen dan calon pembeli.

4.3.5 Deskriptif Variabel Kinerja Bisnis

Variabel kinerja bisnis pada penelitian ini diukur menggunakan lima item pertanyaan. Item pertanyaan tersebut diturunkan dari tiga indikator yaitu kepuasan konsumen, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan pasar. Kelima item tersebut tertuang dalam tabel berikut

Tabel 4.25 Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Kepuasan Konsumen (Y2.1)

		Jawaban Responden					Nilai Rata-rata
		5	4	3	2	1	
Y2.1.1	F	38	93	8	2	0	4,29
	%	27	66	5,7	1,4	0	
Y2.1.2	F	34	89	18	0	0	4,16
	%	24	63	13	0	0	
Y2.1.3	F	30	82	28	1	0	4,36
	%	21	58	20	0,7	0	
Y2.1.4	F	25	86	29	1	0	4,12
	%	18	61	21	0,7	0	
Y2.1.5	F	31	91	17	2	0	4,36
	%	22	65	12	1,4	0	

Sumber : Data Primer diolah tahun 2023

Y2.1.1 = Konsumen puas terhadap produk yang dihasilkan

Y2.1.2 = Konsumen membeli lebih dari satu produk di gerai kami

Y2.1.3 = Tidak ada komplain dari konsumen terkait produk kami

Y2.1.4 = Produk yang kami hasilkan terjangkau dari segi harga

Y2.1.5 = Harga produk kami sesuai kualitas yang didapatkan oleh konsumen

Memperhatikan tabel 4.25 diatas, terlihat bahwa item konsumen puas terhadap produk yang dihasilkan (Y2.1.1) memperlihatkan bahwa sebanyak 63% responden setuju dan 24% responden sangat setuju jika menurut konsumen mereka puas terhadap produk batik yang dihasilkan. Namun sebanyak 5,7% responden menyatakan netral dan 0% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. nilai rata-rata indikator ini adalah 3,83. Nilai ini memiliki makna bahwa hampir seluruh konsumen yang datang membeli produk batik berpendapat produk batik kami bagus baik motif maupun varian warnanya, hal tersebut memotivasi kami pemilik dan pengrajin batik untuk lebih inovatif dalam membuat produk batik sesuai dengan selera kosumen dan calon pembeli.

Pada item konsumen membeli lebih dari satu produk di gerai kami (Y2.1.2) memperlihatkan bahwa sebanyak 58% responden setuju dan 24% responden sangat setuju jika konsumen membeli lebih dari satu produk batik di gerai kami. Namun sebanyak 13% responden menyatakan netral dan 0% responden tidak

setuju dengan pernyataan tersebut. nilai rata-rata indikator ini adalah 3,83. Nilai ini menyatakan bahwa beberapa konsumen yang datang membeli produk batik membeli lebih dari satu produk batik disamping harga produk yang tergolong murah dan desain motif yang menarik minat konsumen dan calon pembeli untuk membeli lebih dari satu produk batik.

Selanjutnya terkait tentang tidak ada komplain dari konsumen terkait produk kami (Y_{2.1.3}) memperlihatkan bahwa sebanyak 62% responden setuju dan 21% responden sangat setuju jika tidak ada komplain dari konsumen terkait produk kami. Namun sebanyak 20% responden menyatakan netral dan 0,7% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. nilai rata-rata indikator ini adalah 3,83. Nilai ini memiliki makna bahwa selama ini tidak ada komplain dari konsumen terkait produk kami ini membuktikan kualitas produk batik yang dihasilkan bagus dan sesuai dengan selera pasar.

Untuk item produk yang kami hasilkan terjangkau dari segi harga (Y_{2.1.4}) memperlihatkan bahwa sebanyak 61% responden setuju dan 18% responden sangat setuju jika produk yang kami hasilkan terjangkau dari segi harga. Namun sebanyak 21% responden menyatakan netral dan 0,7% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. nilai rata-rata indikator ini adalah 3,83. Nilai ini memiliki makna bahwa menurut pendapat beberapa konsumen yang datang membeli, produk yang kami hasilkan terjangkau dari segi harga, sehingga dari beberapa konsumen yang datang membeli, mereka tidak hanya membeli satu produk batik saja tapi membeli lebih dari satu produk batik.

Pada item harga produk kami sesuai kualitas yang didapatkan oleh konsumen (Y_{2.1.5}) memperlihatkan bahwa sebanyak 65% responden setuju dan 22% responden sangat setuju jika harga produk kami sesuai kualitas yang didapatkan oleh konsumen. Namun sebanyak 12% responden menyatakan netral dan 1,4% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. nilai rata-rata indikator ini adalah 3,83. Nilai ini memiliki makna bahwa harga produk kami sesuai kualitas yang didapatkan oleh konsumen, sehingga dari beberapa konsumen yang datang membeli, mereka membeli lebih dari satu produk batik.

Tabel 4.26 Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Pertumbuhan Penjualan (Y2.2)

		Jawaban Responden					Nilai Rata-rata
		5	4	3	2	1	
Y2.2.1	F	20	88	29	4	0	4,29
	%	14	62	21	2,8	0	
Y2.2.2	F	16	77	45	3	0	4,16
	%	11	55	32	2,1	0	
Y2.2.3	F	29	83	28	1	0	4,36
	%	21	59	20	0,7	0	
Y2.2.4	F	36	82	15	8	0	4,24
	%	26	58	11	5,7	0	
Y2.2.5	F	25	76	21	17	2	4,19
	%	18	54	15	12	1,4	

Sumber: Data diolah tahun 2023

Y2.2.1 = Perusahaan mempunyai penjualan lebih baik dibandingkan dengan pesaing

Y2.2.2 = Penjualan produk mengalami peningkatan selama 3 tahun terakhir

Y2.2.3 = Penjualan produk kami direspon baik oleh konsumen

Y2.2.4 = Penjualan produk kami tidak hanya pada satu produk

Y2.2.5 = Penjualan kami tidak terpengaruh oleh pandemi covid

Memperhatikan tabel 4.26 diatas, terlihat bahwa item perusahaan mempunyai penjualan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing (Y2.2.1) memperlihatkan bahwa sebanyak 62% responden setuju dan 14% responden sangat setuju jika perusahaan mempunyai penjualan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing. Namun sebanyak 29 % responden menyatakan netral dan 0% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. nilai rata-rata indikator ini adalah 3,83. Nilai ini memiliki makna bahwa perusahaan mempunyai penjualan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing.

Pada item penjualan produk mengalami peningkatan selama 3 tahun terakhir (Y2.2.2) memperlihatkan bahwa sebanyak 55% responden setuju dan 11% responden sangat setuju jika penjualan produk mengalami peningkatan selama 3

tahun terakhir. Namun sebanyak 32% responden menyatakan netral dan 0% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. nilai rata-rata indikator ini adalah 3,83. Nilai ini menyatakan bahwa penjualan produk mengalami peningkatan selama 3 tahun terakhir.

Selanjutnya terkait tentang penjualan produk kami direspon baik oleh konsumen (Y_{2.2.3}) memperlihatkan bahwa sebanyak 59% responden setuju dan 21% responden sangat setuju jika penjualan produk kami direspon baik oleh konsumen. Namun sebanyak 20% responden menyatakan netral dan 0,7% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. nilai rata-rata indikator ini adalah 3,83. Nilai ini memiliki makna bahwa penjualan produk kami direspon baik oleh konsumen.

Untuk item penjualan produk kami tidak hanya pada satu produk (Y_{2.2.4}) memperlihatkan bahwa sebanyak 58% responden setuju dan 26% responden sangat setuju jika penjualan produk kami tidak hanya pada satu produk. Namun sebanyak 11% responden menyatakan netral dan 0% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. nilai rata-rata indikator ini adalah 3,83. Nilai ini memiliki makna bahwa penjualan produk kami tidak hanya pada satu produk, sehingga dari beberapa konsumen yang datang membeli, mereka tidak hanya membeli produk batik saja tapi membeli produk lain selain kain batik seperti baju jadi.

Pada item penjualan kami tidak terpengaruh oleh pandemi covid (Y_{2.2.5}) memperlihatkan bahwa sebanyak 54% responden setuju dan 18% responden sangat setuju jika penjualan kami tidak terpengaruh oleh pandemi covid. Namun sebanyak 15% responden menyatakan netral dan 1,4% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. nilai rata-rata indikator ini adalah 3,83. Nilai ini memiliki makna bahwa penjualan kami tidak terpengaruh oleh pandemi covid.

Tabel 4.27 Distribusi Frekuensi dan Presentase Indikator Pertumbuhan Pasar (Y2.3)

		Jawaban Responden					Nilai Rata-rata
		5	4	3	2	1	
Y2.3.1	F	36	83	19	3	0	4,29
	%	26	59	13	2,1	0	
Y2.3.2	F	37	78	21	5	0	4,16
	%	26	55	15	3,5	0	
Y2.3.3	F	36	78	21	5	0	4,36
	%	25,5	55	15	3,5	0	
Y2.3.4	F	37	88	14	2	0	4,12
	%	26	62	9,9	1,4	0	
Y2.3.5	F	33	87	17	4	2	4,20
	%	23	62	12	2,8	1,4	

Sumber: Data diolah tahun 2023

Y2.2.1 = Pangsa pasar perusahaan kami mempunyai kinerja keuangan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing selama tiga tahun terakhir

Y2.2.2 = pemasaran produk kami semakin luas

Y2.2.3 = Perusahaan membuka gerai di tempat berbeda

Y2.2.4 = Kami melayani penjualan di pasar lokal

Y2.2.5 = Perluasan pemasaran produk kami mendapat respon positif dari konsumen

Memperhatikan tabel 4.27 diatas, terlihat bahwa item perluasan pemasaran produk kami mendapat respon positif dari konsumen (Y2.3.1) memperlihatkan bahwa sebanyak 59% responden setuju dan 26% responden sangat setuju jika perluasan pemasaran produk kami mendapat respon positif dari konsumen. Namun sebanyak 13 % responden menyatakan netral dan 0% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. nilai rata-rata indikator ini adalah 3,83. Nilai ini memiliki makna bahwa perluasan pemasaran produk kami mendapat respon positif dari konsumen.

Pada item pemasaran produk kami semakin luas (Y2.3.2) memperlihatkan bahwa sebanyak 55% responden setuju dan 26% responden sangat setuju jika pemasaran produk kami semakin luas. Namun sebanyak 15% responden menyatakan netral dan 0% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. nilai rata-rata indikator ini adalah 3,83. Nilai ini menyatakan bahwa pemasaran produk kami semakin luas.

Selanjutnya terkait tentang perusahaan membuka gerai di tempat berbeda (Y_{2.3.3}) memperlihatkan bahwa sebanyak 55% responden setuju dan 25,5% responden sangat setuju jika perusahaan membuka gerai di tempat berbeda. Namun sebanyak 15% responden menyatakan netral dan 0% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. nilai rata-rata indikator ini adalah 3,83. Nilai ini memiliki makna bahwa perusahaan membuka gerai di tempat berbeda.

Untuk item kami melayani penjualan di pasar lokal (Y_{2.3.4}) memperlihatkan bahwa sebanyak 62% responden setuju dan 26% responden sangat setuju jika kami melayani penjualan di pasar lokal. Namun sebanyak 9,9% responden menyatakan netral dan 0% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. nilai rata-rata indikator ini adalah 3,83. Nilai ini memiliki makna bahwa kami melayani penjualan di pasar lokal agar produk batik yang dihasilkan dapat juga diminati dan dibeli oleh konsumen lokal.

Pada item perluasan pemasaran produk kami mendapat respon positif dari konsumen (Y_{2.3.5}) memperlihatkan bahwa sebanyak 62% responden setuju dan 23% responden sangat setuju jika perluasan pemasaran produk kami mendapat respon positif dari konsumen. Namun sebanyak 12% responden menyatakan netral dan 1,4% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. nilai rata-rata indikator ini adalah 3,83. Nilai ini memiliki makna bahwa perluasan pemasaran produk kami mendapat respon positif dari konsumen. hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah produksi batik yang dihasilkan.

4.4 Analisis GSCA

4.4.1 Evaluasi Kesesuaian Model Penelitian

Selanjutnya analisis dilakukan dengan menggunakan evaluasi kesesuaian model pengukuran. Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas variabel laten melalui analisis faktor konfirmatori. Jika variabel yang digunakan berbentuk reflektif, maka untuk mengevaluasi model pengukuran dapat menggunakan validitas konvergen dari indikator pembentuk variabel laten. Hasil analisis menunjukkan bahwa indikator orientasi kewirausahaan (X₁), dukungan pemerintah (X₂), inovasi produk (Y₁) dan kinerja UKM (Y₂), adalah

indikator yang berpengaruh terhadap perubahan laten masing-masing yang dapat ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 4.28 Pengukuran Validitas dan Reliabilitas

Variabel	AVE	Composite Reliability
Orientasi Kewirausahaan	0,511	0,8362
Dukungan Pemerintah	0,605	0,8208
Inovasi Produk	0,631	0,7725
Kinerja UKM	0,551	0,7854

Sumber : Data Primer diolah tahun 2023

Memperhatikan tabel 4.28, diketahui nilai AVE pada masing-masing variabel antara 0 – 0,631 dan nilai *composite reliabilty* diatas 0,7. Nilai AVE digunakan untuk mengetahui validitas indikator penelitian. Nilai *composite reliability* digunakan untuk mengetahui reliabilitas indikator dalam mengukur variabel penelitian. Memperhatikan nilai AVE dan *composite reliability* dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid dan realibel dalam mengukur variabel.

4.4.2 Evaluasi Model Struktural

Evaluasi model struktural bertujuan mengetahui *measure of fit* yaitu seberapa besar informasi dapat dijelaskan oleh model struktural (hubungan antar variabel) hasil analisis GSCA. *Goodness of fit* model struktural diukur menggunakan FIT dan AFIT. FIT menunjukkan varian total dari semua variabel yang dapat dijelaskan oleh model struktural. Nilai FIT berkisar dari 0 sampai 1. Semakin besar nilai ini, maka semakin besar proporsi varian variabel yang dapat dijelaskan oleh model struktural. Nilai FIT biasanya berpengaruh terhadap kompleksitas model, sehingga perlu adanya AFIT. AFIT serupa dengan R^2 adjusted pada analisis regresi. AFIT dapat digunakan untuk perbandingan model. Model dengan AFIT nilai terbesar dapat dipilih antara model yang lebih baik (solimun, 2013)

Goodness of FIT indies (GFI) merupakan kriteria FIT yang dikembangkan untuk CB-SEM. GSCA mengadopsi GFI untuk mengetahui perbedaan antara

sampel *covariances* yang dihasilkan dari parameter estimasi. Nilai GFI yang baik adalah hampir mendekati 1. Nilai GFI yang direkomendasikan untuk ukuran fit adalah $> 0,90$. Nilai GFI sama dengan nilai R^2 pada analisis regresi (Solimun, 2013). Hasil pengujian kelayakan struktural disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.29 Evaluasi Uji Model FIT

Uji Model FIT	Nilai
FIT	0.443
AFIT	0.433
GIT	0,945

Sumber : Data primer diolah tahun 2023

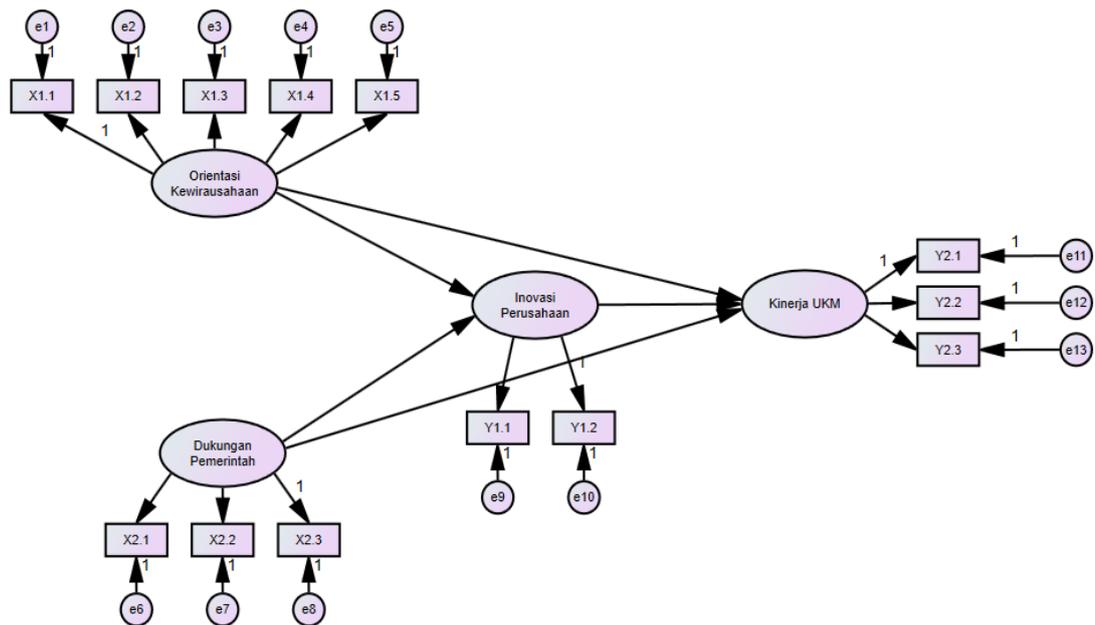
Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai FIT sebesar 0,443 yang berarti nilai tersebut menunjukkan bahwa model penelitian dapat menjelaskan sebesar 44,3% variasi data. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan, dukungan pemerintah dan inovasi produk mempengaruhi kinerja UKM sebesar 44,3% pada tingkat kepercayaan 95%, sisanya sebesar 38,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Nilai AFIT sebesar 0,433 juga mengandung makna bahwa dari variasi variabel kinerja UKM (Y_2) mampu dijelaskan oleh variabel orientasi kewirausahaan, dukungan pemerintah dan inovasi produk sebesar 69,6%. Sisanya sebesar 30,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Mengingat penelitian ini tidak membandingkan model, maka tidak menggunakan kriteria AFIT sebagai dasar evaluasi model.

Pada penilaian selanjutnya adalah GIT yang merupakan suatu ukuran mengenai ketepatan model dalam menghasilkan *observed matriks kovarians*. Memperhatikan tabel 4.30 diketahui bahwa nilai GIT sebesar 0,945. Hasil ini menunjukkan $GIT > 0,9$. Berdasarkan nilai ini dapat dikatakan bahwa model GSCA secara keseluruhan sangat baik atau sangat presisi dalam mengukur kinerja UKM atau dinyatakan *good fit* (layak).

4.4.3 Hasil Analisis Inferensial (*Structural Equation Modelling*) dengan GSCA

Salah satu tahap yang harus dilakukan pada analisis *Structural Equation Modelling* adalah mengembangkan model penelitian dan menyusun diagram jalur. Model yang terdapat pada penelitian ini adalah sesuai dengan kerangka konsep yaitu digambarkan sebagai berikut



Gambar 4.6 Konsepualisasi Model Kinerja UKM

Konseptualisasi model pada gambar 4.6 di atas menjelaskan bahwa model pada penelitian ini memiliki 4 variabel yang terdiri dari 2 variabel laten eksogen yaitu variabel Orientasi Kewirausahaan (X_1) dan Dukungan Pemerintah (X_2) dan 2 variabel laten endogen yaitu variabel Inovasi Perusahaan (Y_1) dan variabel Kinerja UKM (Y_2). Variabel orientasi kewirausahaan dan dukungan pemerintah diprediksi mempengaruhi variabel inovasi perusahaan dan kinerja UKM secara langsung, Selanjutnya variabel inovasi perusahaan diprediksi mempengaruhi kinerja UKM secara langsung.

Uji signifikansi, dilakukan dengan membandingkan harga absolut C.R. (*critical ratio*) dengan tabel statistik. Nilai C.R dihitung harus dihitung secara manual dengan rumus sebagai berikut :

$$C.R = \frac{\text{Loading Struktural}}{S.E}$$

Hipotesis nol ditolak jika $|C.R| > |Z_{\text{tabel}}|$. Sehingga kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian variabel yaitu :

- 1) Jika nilai $|C.R| > |\pm 2,576|$, maka pengaruh tidak langsung antara variabel signifikan pada tingkat $\alpha = 1\%$
- 2) Jika nilai $|C.R| > |\pm 1,96|$, maka pengaruh tidak langsung antara variabel signifikan pada tingkat $\alpha = 5\%$

Tabel 4.30 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Variabel Eksogen Terhadap Variabel Endogen

No	Hipotesis	Loading Struktural	SE	C.R	Keterangan	Pengujian Hipotesis
1	H ₁ Orientasi Kewirausahaan (X1) → Inovasi Produk (Y1)	0,346	0,09	3,844**	Signifikan	Terbukti
2	H ₂ Dukungan Pemerintah (X2) → Inovasi Produk (Y1)	0,263	0,087	3,023**	Signifikan	Terbukti
3	H ₃ Orientasi Kewirausahaan (X1) → kinerja UKM (Y2)	0,252	0,112	2,25*	Signifikan	Terbukti
4	H ₄ Dukungan Pemerintah (X2) → kinerja UKM (Y2)	0,101	0,106	0,953	Tidak Signifikan	Tidak Terbukti
5	H ₅ Inovasi Produk (Y1) → kinerja UKM (Y2)	0,355	0,087	4,080**	Signifikan	Terbukti

Sumber : Lampiran

* : signifikan pada tingkat $\alpha = 5\%$

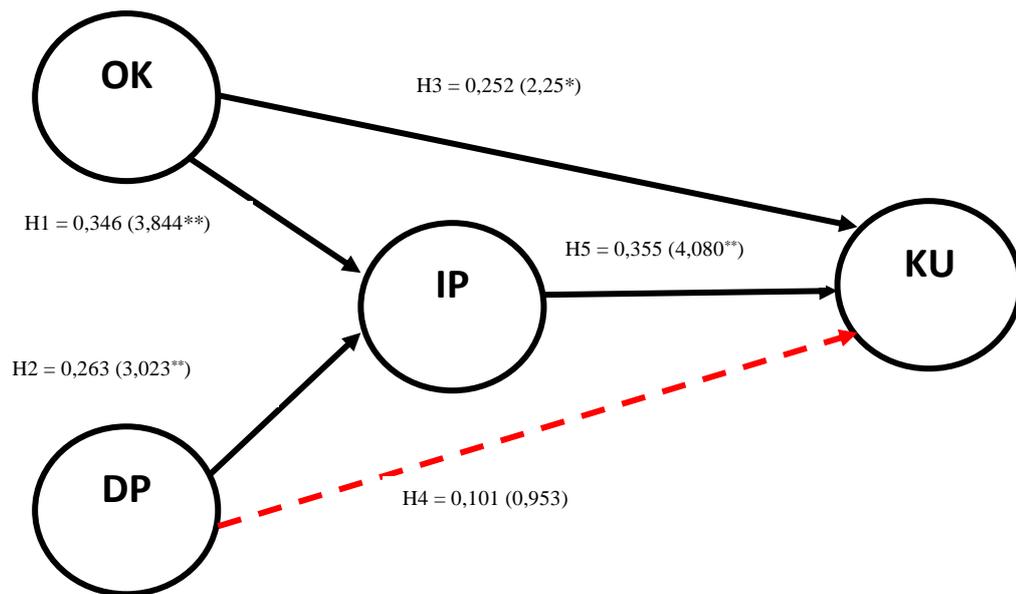
** : signifikan pada tingkat $\alpha = 1\%$

Interpretasi hasil pengujian hipotesis pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen adalah sebagai berikut:

- 1) Pengaruh orientasi kewirausahaan (X₁) terhadap inovasi produk (Y₁)

Hasil uji pengaruh orientasi kewirausahaan (X₁) terhadap inovasi produk (Y₁) memiliki nilai C.R = 3.844 menunjukkan bahwa ada pengaruh orientasi kewirausahaan (X₁) terhadap inovasi produk (Y₁). Nilai loading struktural positif yaitu 0.346 memiliki arti apabila sebuah UKM memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi maka inovasi produk di UKM tersebut juga tinggi, begitu pula sebaliknya.

- 2) Pengaruh dukungan pemerintah (X_2) terhadap inovasi produk (Y_1)
Hasil uji pengaruh dukungan pemerintah (X_2) terhadap inovasi produk (Y_1) memiliki nilai C.R = 3.023 menunjukkan bahwa ada pengaruh dukungan pemerintah (X_2) terhadap inovasi produk (Y_1). Nilai loading struktural positif yaitu 0.263 memiliki arti UKM yang mendapat dukungan dari pemerintah yang tinggi dapat membuat inovasi produk di UKM tersebut tinggi, begitu pula sebaliknya.
- 3) Pengaruh orientasi kewirausahaan (X_1) terhadap kinerja UKM (Y_2)
Hasil uji pengaruh orientasi kewirausahaan (X_1) terhadap kinerja UKM (Y_2) memiliki nilai C.R = 2,25 menunjukkan ada pengaruh orientasi kewirausahaan (X_1) terhadap kinerja UKM (Y_2). Nilai loading struktural positif yaitu 0.252 memiliki arti apabila sebuah UKM memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi maka kinerja di UKM tersebut juga tinggi, begitu pula sebaliknya.
- 4) Pengaruh dukungan pemerintah (X_2) terhadap kinerja UKM (Y_2)
Hasil uji pengaruh dukungan pemerintah (X_2) terhadap kinerja UKM (Y_2) memiliki nilai C.R = 0,953 menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh dukungan pemerintah (X_2) terhadap kinerja UKM (Y_2). Artinya, tinggi rendahnya dukungan pemerintah terhadap UKM tidak akan mengubah kinerja UKM.
- 5) Pengaruh inovasi produk (Y_1) terhadap kinerja UKM (Y_2)
Hasil uji pengaruh inovasi produk (Y_1) terhadap kinerja UKM (Y_2) memiliki nilai C.R = 4.080 menunjukkan bahwa ada pengaruh inovasi produk (Y_1) terhadap kinerja UKM (Y_2). Nilai loading struktural positif yaitu 0.355, memiliki arti UKM yang memiliki inovasi produk yang tinggi, UKM tersebut juga memiliki kinerja yang tinggi, begitu pula sebaliknya.



Gambar : 4.7 Model Hasil Analisis

Sumber : Hasil Analisis GSCA diolah 2023,

Keterangan : * taraf signifikansi pada 5%
 ** taraf signifikansi pada 1%

—————> : pengaruh signifikan

- - - - -> : pengaruh tidak signifikan dan kebaruan

OK = Orientasi Kewirausahaan, DP = Dukungan Pemerintah, IP = Inovasi Produk, KU = Kinerja UKM.

4.5 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilihat dari hasil evaluasi model struktural pada hasil analisis GSCA yang dapat dijelaskan pada model struktural atau pengaruh antar variabel yang diduga atau dihipotesiskan. Penelitian ini telah menguji lima hipotesis. Kriteria pengaruh kausal yang dihipotesiskan menggunakan batas signifikan 5%, dengan kriteria pengujian apabila *critical ratio* (CR) bertanda bintang berarti nilai t hitung $\geq t$ tabel ($t=1,96$, $\alpha=5\%$) maka hipotesis dinyatakan berpengaruh signifikan atau dapat diterima. Sebaliknya jika nilai $CR < t$ tabel, maka hipotesis dinyatakan tidak berpengaruh signifikan atau ditolak. Pembahasan hasil pengujian hipotesis berdasarkan analisis GSCA yang ada pada tabel berikut:

Tabel 4.31 Hasil Pengujian Hipotesis

Path Coefficients			
	Estimate	SE	CR
OK->IP	0.346	0.09	0.188
DP->IP	0.263	0.087	0.078
OK->KU	0.252	0.112	0.03
DP->KU	0.101	0.106	-0.127
IP->KU	0.355	0.087	0.17

Sumber : Data primer diolah 2023,

Berdasarkan tabel 4.31, dapat diketahui bahwa terdapat 4 hipotesis dinyatakan signifikan, yaitu orientasi kewirausahaan terhadap inovasi produk (H₁), dukungan pemerintah inovasi produk terhadap kinerja perusahaan (H₂), dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan (H₃) dan inovasi produk terhadap kinerja perusahaan (H₅). Sedangkan 1 hipotesis dinyatakan tidak signifikan adalah dukungan pemerintah terhadap kinerja perusahaan (H₄).

4.5.1 Pengaruh Variabel Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi Produk.

Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap inovasi produk diterima. Nilai yang dihasilkan adalah sebesar 0,346 dengan t-hitung sebesar 1,96. Berpijak dari nilai tersebut, bisa dikatakan variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi produk. Kesimpulan yang dapat ditarik adalah bertambahnya orientasi kewirausahaan dari pemilik UKM akan berpengaruh terhadap inovasi produk perusahaan.

Dalam perspektif teoritik, temuan penelitian ini mendukung teori Lumpkin & Dess (2001) bahwa terdapat hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan inovasi produk. Dalam perspektif empiris, penelitian terdahulu yang menguji hubungan variabel sumber daya perusahaan dengan variabel inovasi produk dilakukan oleh Irawati *et al.* (2020), Helia *et al.* (2015), Ndubisi & Agarwal (2014).

Orientasi kewirausahaan dari pemilik UKM merupakan sumber daya tak berwujud perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Orientasi kewirausahaan melahirkan inovasi perusahaan. Proaktif dalam melihat perubahan

dan perkembangan pasar, berani mengambil risiko menciptakan produk baru, memberikan otonomi kepada karyawan untuk berkreasi dan menyumbangkan ide, serta agresif kompetitif untuk memenangkan persaingan pasar dengan mengedepankan inovasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan sebagai fokus dari RBV. Orientasi kewirausahaan pemilik UKM meningkatkan inovasi produk UKM batik di Madura.

4.5.2 Pengaruh Dukungan Pemerintah Terhadap Inovasi Produk.

Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa dukungan pemerintah berpengaruh terhadap inovasi produk dapat diterima. Arah koefisien jalur adalah positif, mengindikasikan bahwa secara empiris semakin besar dukungan pemerintah semakin besar inovasi produk yang dihasilkan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Feranita (2019); Cin *et al.* (2017); Karhunen & Huovari (2016); Briozzo & Riportella (2016); Cowling (2016); Garone *et al.* (2015) dan Jordan *et al.* (2014) yang menyatakan bahwa dukungan pemerintah baik melalui kebijakan, R&D, kredit pajak, pinjaman bersubsidi, pembinaan dan lainnya dapat meningkatkan inovasi pada UKM. Hasil penelitian juga membuktikan bahwa jika dukungan pemerintah meningkat maka inovasi UKM Batik juga meningkat, selain itu UKM Batik yang sudah mendapatkan dukungan dari pemerintah mampu meningkatkan inovasinya baik inovasi produk, proses dan organisasinya

4.5.3 Pengaruh Variabel Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UKM.

Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UKM diterima. Variabel orientasi kewirausahaan dilihat dari 5 dimensi yakni agresif berkompetisi, proaktif, berani mengambil resiko, otonomi dan inovasi. Sedangkan pembentuk variabel kinerja perusahaan yang digunakan adalah kepuasan konsumen, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan pasar.

Dalam perspektif teoritik, temuan penelitian ini sesuai dengan teori Lumpkin & Dess (1996); Wiklund & Shepherd (2005); bahwa terdapat hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja UKM, dan dalam perspektif empiris, temuan ini juga mendukung temuan penelitian Irawati *et al.* (2020); Buli (2016); Silviasih *et al.* (2016); Affendy *et al.* (2015); Yeni (2015); Amin (2015) dan Hafeez *et al.*, (2012).

Orientasi kewirausahaan yang semakin tinggi dari pemilik UKM dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik. Orientasi kewirausahaan dapat mendorong kepuasan konsumen, pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan pasar.

4.5.4 Pengaruh Variabel Dukungan Pemerintah terhadap Kinerja UKM.

Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa dukungan pemerintah berpengaruh terhadap kinerja perusahaan tidak diterima. Hasil uji pengaruh dukungan pemerintah terhadap kinerja UKM memiliki nilai $C.R = 0,953$ menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh dukungan pemerintah terhadap kinerja UKM. Artinya, tinggi rendahnya dukungan pemerintah terhadap UKM tidak akan mengubah kinerja UKM Batik. Namun dukungan pemerintah dapat meningkatkan inovasi, maka jika inovasi meningkat tentu akan berpengaruh pada peningkatan kinerja UKM Batik

Temuan penelitian ini tidak mengkonfirmasi hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Feranita (2019); Udimal *et al.* (2019); Yang (2016) dan Oliver *et al.* (2016). Pada penelitian ini efek mediasi inovasi tidak dianalisis, berbeda dengan penelitian Feranita (2019), yang menganalisis pengaruh dukungan pemerintah terhadap kinerja UKM secara langsung dan tidak langsung melalui mediasi inovasi.

4.5.5 Pengaruh Variabel Inovasi Produk terhadap Kinerja UKM.

Hipotesis 5 yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja perusahaan diterima. Variabel inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan arah positif yang menandakan searah, dengan demikian adanya inovasi produk pada perusahaan batik mampu meningkatkan kinerja perusahaan tersebut.

Dalam perspektif teori, temuan penelitian ini mengkonfirmasi kebenaran teori Peter F. Druker (1985) tentang teori inovasi khususnya inovasi produk. Dalam perspektif empiris, temuan penelitian ini mendukung temuan penelitian Cho *et al.* (2017); Ar & Baki (2011); Li *et al.*, (2010), yang menyatakan terdapat pengaruh positif signifikan inovasi produk terhadap kinerja perusahaan.

4.6 Temuan Penelitian

Suatu penelitian diharapkan menghasilkan temuan baru yang mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan suatu teori. Berdasarkan hasil penelitian, novelty dari hasil analisis penelitian ini adalah

1. Dukungan pemerintah menjadi variabel independen sehingga ketika dianalisa pengaruhnya secara langsung terhadap terhadap variabel kinerja UKM batik hasilnya negatif dengan kata lain tidak berpengaruh terhadap kinerja UKM batik. Tinggi rendahnya dukungan pemerintah masih belum mampu meningkatkan kinerja UKM batik.
2. Variabel dukungan pemerintah pada penelitian ini, dijadikan variabel independen menggunakan pendekatan konsep *the organization as an open system* yang dikembangkan oleh Bateman & Snell (2017)
3. Inovasi Produk menjadi variabel dependen pada penelitian ini, sementara dari beberapa hasil penelitian terdahulu inovasi menjadi variabel mediasi, walaupun hasil dari penelitian ini positif signifikan mempengaruhi kinerja UKM batik, yang artinya mendukung hasil penelitian terdahulu.

4.7 Perbandingan Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu

Perbandingan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel berikut.

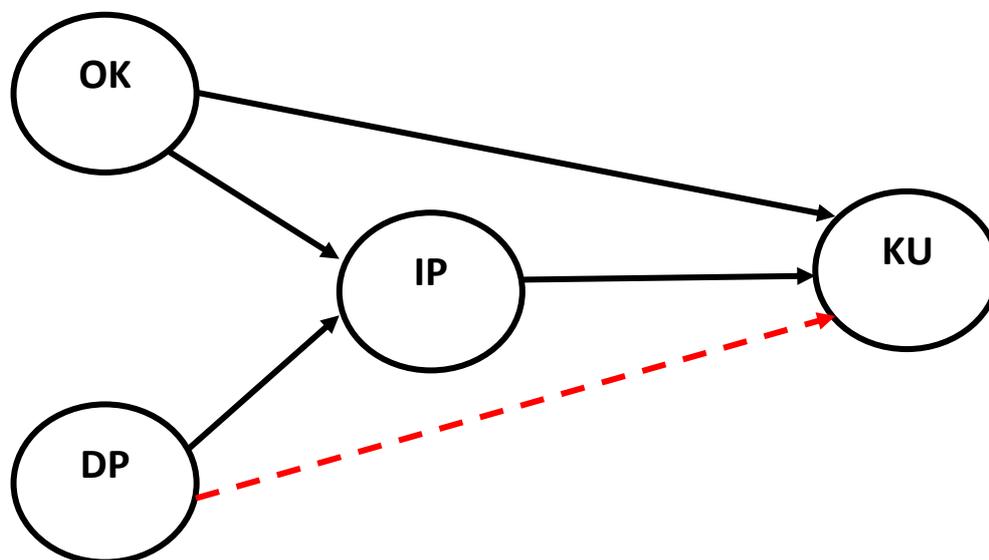
Tabel 4.32 Perbandingan Hasil Penelitian Ini Dengan Penelitian Terdahulu

No.	Pengaruh Antar Variabel	Penelitian Terdahulu		Penelitian Ini	
		Peneliti	Kesimpulan	Kesimpulan	Temuan
1.	Orientasi Kewirausahaan → Inovasi Produk	Irawati <i>et al.</i> , (2020) Helia <i>et al.</i> , (2015) Gholami & Birjandi (2016), Poernomo <i>et al.</i> , (2016), Long (2013)	Signifikan positif Signifikan Positif	Signifikan Positif	Sesuai dengan penelitian terdahulu
2.	Dukungan Pemerintah → Inovasi Produk	Feranita (2019) Cin <i>et al.</i> (2017) Adebisi <i>et al.</i> , 2017; Riportella, 2016; Motta, 2018, Karhunen & Huovari, 2016; Romero-Jordan <i>et al.</i> , 2014; Garone <i>et al.</i> , 2015	Signifikan positif Signifikan Positif	Signifikan positif	Mengkonfirmasi Penelitian dahulu
3.	Orientasi Kewirausahaan → Kinerja UKM	Irawati <i>et al.</i> , (2020) Buli (2016) Mohutsiwa, 2012; Pardi <i>et al.</i> , 2014; Sirivanh & Sukkabot, 2014; Mason <i>et al.</i> , 2015; Mesa & Alegre, 2015; Zehir <i>et al.</i> , 2015	Signifikan positif Signifikan positif	Signifikan Positif	Mengkonfirmasi Penelitian dahulu
4.	Dukungan Pemerintah → Kinerja UKM	Feranita (2019) Udimal <i>et al.</i> , (2019) Yang, 2017; Oliver <i>et al.</i> , 2016; Minarti (2022) Zhang & Ayele (2022)	Signifikan positif Signifikan positif	Tidak Signifikan	Tidak sesuai dengan penelitian terdahulu
5.	Inovasi Produk Kinerja Perusahaan →	Wang (2019) Fernando <i>et al.</i> , (2018) Al-Ansari <i>et al.</i> , 2013; Pardi <i>et al.</i> , 2014; Zehir <i>et al.</i> , 2015; Mesa dan Alegre, 2015; Aziz dan Samad, 2016	Signifikan positif Signifikan positif	Signifikan positif	Mengkonfirmasi Penelitian dahulu

Sumber : hasil analisis, diolah (2023)

4.8 Kontribusi Penelitian

Temuan penelitian ini berhasil membuktikan kebenaran tiga hipotesis dari empat hipotesis, satu hipotesis terbukti tidak signifikan dan adanya temuan baru.



Gambar 4.8 : Model Temuan Penelitian

Penjelasan gambar 4.8 sebagai berikut: orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan (ditunjukkan oleh garis anak panah putus-putus), akan tetapi orientasi kewirausahaan dan dukungan pemerintah berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi produk. Demikian pula orientasi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan.

4.9 Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini akan berimplikasi kepada beberapa pihak yang terkait. Pihak-pihak yang dimaksud diantaranya adalah akademisi dari dunia pendidikan yang memperhatikan, meneliti, berkecimpung dan turut andil dalam memajukan UKM. Selain itu, penelitian ini juga berimplikasi kepada praktisi UKM baik dari manajer, karyawan atau pelaku UKM maupun pemerintah Kabupaten Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep.

4.9.1 Implikasi Akademis

Hasil temuan ini memberikan kontribusi terhadap pengujian dan pengklarifikasian atas teori-teori yang dikembangkan dalam penelitian ini serta konsistensi temuan-temuan yang dihasilkan dari penelitian sebelumnya. Pengujian

variabel-variabel dalam penelitian ini termasuk dalam ruang lingkup manajemen strategi.

- a. Orientasi kewirausahaan merupakan faktor-faktor internal untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan yang terdiri dari agresif berkompetisi, proaktif, berani mengambil resiko, otonomi dan keinovasian dari pemilik mampu meningkatkan inovasi baru dalam produksi UKM Batik di Pulau Madura dan mampu mendongkrak kinerja UKM Batik di Pulau Madura.
- b. Dukungan pemerintah yang diberikan dalam bentuk perlindungan hukum, peminjaman modal dan pembinaan berpengaruh signifikan terhadap inovasi produk. Artinya dukungan pemerintah yang merupakan faktor eksternal UKM Batik memiliki peranan penting dalam meningkatkan inovasi UKM Batik di Pulau Madura
- c. Dukungan pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM Batik di Pulau Madura. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan pemerintah secara langsung tidak berpengaruh terhadap peningkatan kinerja, akan tetapi dukungan pemerintah dapat meningkatkan inovasi, maka perlu ada variabel mediasi agar dukungan pemerintah dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja UKM Batik di Pulau Madura
- d. Inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja UKM Batik. Hasil penelitian pada indikator Ciri khas yang membedakan motif batik dari setiap kabupaten di Pulau Madura memberikan nilai plus dalam meningkatkan kinerja UKM Batik di Pulau Madura.
- e. Inovasi akan produk yang terdiri dari tingkat inovasi produk dalam perusahaan diantara kegiatan inovasi lainnya, perusahaan menggambarkan diri sebagai sebuah perusahaan yang berfokus pada inovasi produk, dan produk baru perusahaan sering dianggap sebagai sangat baru oleh pelanggan, serta inovasi akan proses yang terdiri dari tingkat inovasi proses dalam perusahaan diantara kegiatan inovasi lainnya, perusahaan menggambarkan diri sebagai sebuah perusahaan yang berfokus pada

inovasi proses, dan proses baru perusahaan sering dianggap sebagai sangat baru oleh pelanggan dapat meningkatkan kinerja UKM.

4.9.2 Implikasi Praktis

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah manajer dengan orientasi kewirausahaan yang tinggi dapat meningkatkan inovasi UKM. Oleh karena itu, penting bagi manajer untuk memiliki sikap agresif kompetitif, proaktif, berani mengambil risiko, otonomi dan inovasi. Peningkatan inovasi produk akan meningkatkan kinerja UKM.

Hasil penemuan ini memberikan kontribusi penting kepada para praktisi berkaitan dengan variabel orientasi kewirausahaan dan dukungan pemerintah yang berpengaruh terhadap inovasi dan kinerja UKM.

- a. Penelitian ini menemukan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan akumulasi kegigihan, kemauan inovasi, proaktif, perilaku pengambilan risiko, dan otonomi. Temuan menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis; dengan demikian, itu menandakan bahwa orientasi kewirausahaan terkait dengan kinerja bisnis. Kecenderungan mengambil risiko memiliki kontribusi paling tinggi untuk membuat kinerja organisasi bisnis menjadi lebih baik.
- b. Penelitian ini menemukan bahwa dukungan pemerintah berpengaruh positif terhadap inovasi. Perlindungan hukum, peminjaman modal dan pembinaan UKM merupakan bentuk dukungan pemerintah untuk meningkatkan inovasi dan kinerja UKM. Namun sayangnya, berdasarkan hasil penelitian ini, dukungan pemerintah tidak signifikan pengaruhnya terhadap kinerja UKM.
- c. Penelitian ini menemukan bahwa inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UKM. Hal ini memberikan kontribusi kepada pemimpin UKM bahwa untuk mencapai kinerja bisnis yang superior, pemimpin harus menjadi inovatif dan mempertahankan inovasi secara berkelanjutan karena inovasi terbukti signifikan terhadap kinerja UKM.
- d. Dan selanjutnya temuan pada penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu rujukan bagi Pemerintah Daerah di Kepulauan Madura

Khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan maupun dinas-dinas lainnya yang terkait dengan UKM yang tugas pokoknya melakukan pemberdayaan pada UKM dalam merancang kebijakan dan program-program pemberdayaan, khususnya program dan kebijakan bantuan langsung, pelatihan dan pendampingan, terutama terkait dengan temuan-temuan yang tidak signifikan terhadap kinerja UKM Batik di Pulau Madura.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil pengolahan data yang diperoleh dalam penelitian orientasi kewirausahaan dan dukungan pemerintah terhadap inovasi produk dan kinerja perusahaan yang dilakukan pada UKM batik di empat Kabupaten di Pulau Madura, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

- a. Orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap inovasi produk. Pemilik UKM yang agresif berkompetisi, proaktif, berani mengambil resiko, otonomi dan inovatif berperan besar dalam meningkatkan inovasi produk batik.
- b. Dukungan pemerintah berpengaruh signifikan terhadap inovasi produk batik UKM di Pulau Madura. Perlindungan hukum, bantuan modal dan pembinaan dari pemerintah setempat meningkatkan inovasi UKM dalam produksi batik. Semakin tinggi dukungan pemerintah terhadap UKM batik, menyebabkan semakin tinggi juga inovasi produk batik pada UKM batik di Pulau Madura
- c. Orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja UKM. Sikap agresif berkompetisi, proaktif, berani mengambil resiko, otonomi dan inovatif dari pemilik UKM mampu mempengaruhi kinerja UKM secara langsung. Agresif dalam bersaing, proaktif dalam mencari peluang, berani mengambil resiko membuat perubahan, memberikan otonomi kepada karyawan dan terus berinovasi memberikan kemajuan pada kinerja UKM.
- d. Dukungan pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM. Dukungan yang diberikan pemerintah belum mampu meningkatkan kinerja UKM secara langsung. Mediasi inovasi mungkin dapat menambah signifikansi pengaruh tersebut terhadap kinerja UKM.

- e. Inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UKM. Hal ini dapat diartikan bahwa inovasi produk pada UKM batik mampu mempertinggi kinerja UKM batik tersebut

5.2 Keterbatasan Penelitian

Setelah melakukan penelitian berkaitan dengan orientasi kewirausahaan, dukungan pemerintah, inovasi produk dan kinerja UKM batik di empat Kabupaten di Pulau Madura, terdapat beberapa keterbatasan penelitian yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Untuk melihat signifikansi pengaruh dukungan pemerintah terhadap kinerja UKM, diharapkan peneliti menjadikan variabel inovasi sebagai variabel intervening.
- b. Penelitian ini tidak menganalisis mediasi variabel inovasi dalam pengaruh hubungan orientasi kewirausahaan dan dukungan pemerintah terhadap kinerja.
- c. Penelitian ini bersifat homogen yakni perusahaan batik berskala mikro dan terdaftar di Dinas Terkait. Akan lebih menarik bila penelitian bersifat heterogen dari sisi perusahaan baik yang terdaftar pada dinas pemerintah maupun yang tidak terdaftar.

5.3 Saran

Saran yang diajukan adalah untuk UKM batik, pemerintah daerah di Kabupaten Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep melalui dinas-dinas yang mempunyai tugas pokok memberdayakan usaha mikro, maupun tenaga pengajar atau peneliti, sebagai berikut:

1) UKM Batik

- a) UKM batik sebaiknya proaktif menyampaikan kebutuhan pelatihan untuk memperbaiki kinerja perusahaan kepada Kantor Dinas Pemerintah Daerah yang mempunyai tugas memberdayakan perusahaan UKM batik.
- b) Peran dukungan pemerintah perlu di tingkatkan lagi dengan cara menambah program kerja yang ada melalui kegiatan-kegiatan

pelatihan ataupun seminar yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah terkait.

- c) Inovasi dalam produk, dan menciptakan motif baru yang khas dan sulit ditiru dapat menjadi poin tambahan untuk meningkatkan kinerja UKM.

2) Dinas Pemerintah Daerah

- a) Memberikan pengarahan terkait pentingnya HAKI agar produk yang dihasilkan tidak diplagiasi.
- b) Pemberian bantuan pinjaman modal usaha ataupun berupa barang untuk meringankan biaya operasional UKM
- c) Pemberian pelatihan secara berkala atau berkelanjutan dalam inovasi pembuatan motif dan desain batik.

3) Tenaga Pengajar/Peneliti

- a) Bagi tenaga pengajar, disertasi ini dapat memperkaya wawasan, baik dari sisi perkembangan teori, metodologi, maupun temuan-temuan studi yang dapat dijadikan salah satu referensi dalam melakukan transfer pengetahuan kepada peserta didik.
- b) Bagi peneliti, temuan penelitian yang tidak dapat membuktikan kebenaran hipotesis atau tidak signifikan yakni dukungan pemerintah terhadap kinerja perusahaan, dapat memotivasi peneliti lain untuk melakukan penelitian lanjutan untuk memperoleh jawaban terhadap temuan-temuan yang tidak signifikan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adebiyi, A.J., Banjo, H.A., & Regin, O.O. 2017. *Performance of Small and Medium Enterprises in Lagos State: The Implications of Finance*. ACTA UNIVERSITATIS DANUBIUS. Vol 13. Nos.5 (72-83).
- Al-Ansari, Y., Pervan, S. and Xu, J. (2013), "Innovation and business performance of SMEs: the case of Dubai", *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, Vol. 6 No. 3/4, pp. 162-180. <https://doi.org/10.1108/EBS-04-2013-0012>
- Al-Tabbaa, O., Leach, D., & March, J. (2013). *Collaboration between nonprofit and business sectors: a framework to guide strategy development for non profit organizations*. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 25(3), 657–678. <https://doi.org/10.1007/s11266-013-9357-6>
- Ancok Djamaluddin, (2012), *Psikologi Kepemimpinan dan Inovasi*, Yogyakarta: Erlangga
- Azis, at el, (2017), *A Model of managing Innovation of SMEs in Indonesia Creative Industries*, *Inetrnational Journal of Business Society*, vol. 18, pp 391-408.
- Arikunto, Suharsimi. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arshad, A.S., Rasli, A., Arshad, A.A., dan Zain, Z.M. 2015. *The Impact of Entrepreneurial Orientation on Business Performance: A Study of Technology-based SMEs in Malaysia*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 130 pp 46 – 53.
- Agustina, T. S. (2019). *Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Bateman, Thomas S, Snell Scott (2017) *Management-Leading & Collaborating in a Competitive World* (12th edition) New York, McGraw Hill Education.
- Barney, 1991 *The resource-based view of the firm* *Journal of Management* 27 (2001) 625–641
- Briozzo, A. & Cardone-Riportella, C. 2016. *Spanish SMEs' Subsidized and Guaranteed Credit during Economic Crisis: A Regional Perspective*. *Regional Studies*. Vol 50. Nos. 3 (496-512). doi:10.1080/00343404.2014.926318
- Bigliardi, B. and Galati, F. (2013) *Innovation Trends in the Food Industry: The Case of Functional Foods*. *Trends in Food Science and Technology*, 31, 118-129. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tifs.2013.03.006>

- Buli, B. M. 2017. *Entrepreneurial Orientation, Market Orientation and Performance of SMEs in The Manufacturing Industry: Evidence from Ethiopian Enterprises*. Management Research Review, Vol. 40 No. 3, pp. 292-309
- Clarke, A., & Crane, A. (2018). *Cross sector partnerships for systemic change: systematized literature review and agenda for further research*. Journal of Business Ethics, 150(2), 303–313. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3922-2>
- Chang, Y. C., & Yang, Y. L. (2012). *The effect of organization's innovational climate on students creative self - efficacy and innovative behavior*. Business & Entrepreneurship Journal, 1, 75–100.
- Cin, B.C., Kim, Y.J., & Vonortas, N.S. 2017. *The impact of public R&D subsidy on small firm productivity: evidence from Korean SMEs*. Small Business Economics. 48 (345-360). doi:10.1007/s11187-016-9786-x.
- Cucculelli, M., & Peruzzi, V. (2020). *Innovation over the industry life-cycle. Does ownership matter?* Research Policy, 49(1), 103878. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.103878>
- David, Fred R. (2013). *Manajemen Strategis – Konsep. Edisi 14*. Jakarta: Salemba Empat
- Dewi at el (2015). *Analisis Pengendalian Kualitas Menggunakan Statistical Quality Control (SQC) Produk Sepatu Pria untuk Meminimumkan Produk Cacat (Studi kasus pada CV. Valentino Shoes Kabupaten Bandung)*. ISSN:2460-6545.
- Djodjobo, C. V., & Tawas, H. N. (2014). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2(3), 1214–1224.
- Dolz, C., Iborra, M., & Safón, V. (2019). *Improving the likelihood of SME survival during financial and economic crises: The importance of TMTs and family ownership for ambidexterity*. BRQ Business Research Quarterly. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2018.09.004>
- Eurostat new release. Dolz, C., Iborra, M., & Safón, V. (2019). *Improving the likelihood of SME survival during financial and economic crises: the importance of TMTs and family ownership for ambidexterity*. Cuadernos de Economía Y Dirección de La Empresa, 22(2), 119–136. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2018.09.004>
- Garone, L.F., Maffioli, A., de Negri, J.A., Rodriguez, C.M., & Vazquez-Bare, G. 2015. *Cluster development policy, SME's performance, and spillovers: evidence from Brazil*. Small Business Economics. 44 (925-948). doi: 10.1007/s11187-014-9620-2.

- Ghozali, Imam., & Hengky Latan. (2014). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS3.0* edisi kedua. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hwang & Takane (2014) *Generalized Structured Component Analysis: A Component-Based Approach to Structural Equation Modeling* December 2014 Publisher: CRC Press ISBN: 9781466592940 DOI:10.1201/b17872
- Handrimurtjahjo (2014) *Strategic Management, Entrepreneurship, Strategic Entrepreneurship, Competitive Advantage* Binus Business Review Vol. 5 No. 2 November 2014: 437-446
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S.M. and Sexton, D. L. (2001b). Guest editor's introduction to the special issue—strategic entrepreneurship: entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal*, 22(6/7), 479–491.
- Iscan, O, F, G. Ersari dan A Naktiyok, 2014 *Effect of leadership style on perceived organizational performance and innovation: The role of transformational leadership beyond the impact of transactional leadership an application among Turkish SME's* Procedia Social and Behavioral Sciences. 150:881-889
- Ireland, R.D., Hitt, M.A. and Simon, D.G. (2003). *A model of strategic entrepreneurship: the construct and its dimensions*. *Journal of Management*, 29(6), 963–989.
- Ireland, R. D., Hitt, M. A., Camp, S. M. and Sexton, D. L. (2001). *Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create enterprise wealth*. *Academy of Management Executive*, 15(1), 49–64.
- Jimenez et al., (2013) *How does competition affect bank risk-taking?* *Journal of Financial Stability*, 2013, vol. 9, issue 2, 185-195
- Karhunen, H. & Huovari, J. 2015. *R&D subsidies and productivity in SMEs*. *Small Business Economics*. 45 (805-823). doi: 10.1007/s11187-015-9658-9.
- Kumar, V. ; Makkar, H. P. S. ; Becker, K., (2011). *Detoxified Jatropha curcas kernel meal as a dietary protein source: Growth performance, nutrient utilization and digestive enzymes in common carp (Cyprinus carpio L.) fingerlings*. *Aquacult. Nutr.*, 17 (3): 313-326
- Kamunge, M. S., Njeru, A., & Tirimba, O. I. (2014). *Factors affecting the performance of small and micro enterprises in Limuru Town Market of Kiambu County, Kenya*. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(12), 1–20.
- Kemenkopukm, K. K. dan U. K. dan ah-M. R. I.-(2020). *Rencana strategis kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah Tahun 2020 - 2024*.

- Kraus, S., Kauranen, I., Reschke, C. H. (2011). *Identification of domains for a new conceptual model of strategic entrepreneurship using the configuration approach*. *Management Research Review*, 34(1), 58–74.
- Kraus, S., Clauss, T., Breier, M., Gast, J., Zardini, A., & Tiberius, V. (2020). *The economics of COVID-19: initial empirical evidence on how family firms in five European countries cope with the corona crisis*. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(5), 1067–1092. <https://doi.org/10.1108/IJEER-04-20200214>
- Kotler, Philip & Keller, Kevin (2016). *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc
- Khourouh, U., Windhyastiti, I., & Handayani, K. (2019). *Peran kebijakan pemerintah dalam memperkuat aliansi strategis dan meningkatkan daya saing ekonomi kreatif*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(2), 205–224.
- Mason, M.C., Floreani, J., Miani, S., Beltrame, F., dan Capelletto, R. 2015. *Understanding The Impact of Entrepreneurial Orientation on Smes' Performance. The Role of The Financing Structure*, *Procedia Economics and Finance*, Vol 23 pp.1649 – 1661
- Mayr, S., Mitter, C., & Aichmayr, A. (2016). *Corporate Crisis and Sustainable Reorganization: Evidence from Bankrupt Austrian SMEs*. *Journal of Small Business Management*, 55(1), 108–127. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12248>
- Minarti (2022) *Pengaruh Dukungan Pemerintah, Kerjasama Antar Perusahaan Dan Human Capital Terhadap Kinerja UMKM Dengan Akses Kredit Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada UMKM Dimasa Pandemi Covid-19 di UPK PPUMKMP Pulogadung)* Official URL: <http://repository.unsada.ac.id/cgi/oai2>
- Mustikowati, R. I., & Tysari, I. 2015. *Orientasi Kewirausahaan, Inovasi dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada UKM Sentra Kabupaten Malang)*. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 10(1), 23-37. <https://doi.org/10.21067/jem.v10i1.771>
- Mohutsiwa, M. 2012. *Strategic Entrepreneurship and Performance of Small and Medium Enterprises in South Africa, Dissertation, Master of Management in Entrepreneurship and New Venture Creation Faculty of Commerce, Law and Management, University of the Witwatersrand*.
- Motta, Victor. 2018. *Lack of access to external finance and SME labor productivity: does project quality matter?* *Small Business Economics*. doi: 10.1007/s11187-018-0082-9.
- Mulyana, S. (2014). *Peningkatan kapabilitas inovasi, keunggulan bersaing dan kinerja*
- Mahmood. O. Y. A & N. Hanafi. (2013). *Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Women Owned Small and Medium Enterprises in Malaysia:*

Competitive Advantage as a Mediator, International Journal of Business and Social Science, 4 (1), 82-90

- Meehee, C., Mark, A.B., Su Jin Han., dan Sora K. (2017). *Partnership strength and diversity with suppliers: effects upon independent restaurant product innovation and performance*. International Journal of Contemporary Hospitality Management.
- Ndubisi, N. O. dan Agarwal, J. 2014. *Quality Performance of SMEs in A Developing Economy: Direct and Indirect Effects of Service Innovation and Entrepreneurial Orientation*. Journal of Business & Industrial Marketing, Vol. 29 No. 6, pp. 454-468.
- Nugrahayu&Retnani, (2015), *Penerapan Metode Scorecard Sebagai Tolak Ukur Pengukuran Kinerja Perusahaan* Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Vol. 4 No. 10 2015
- Papadopoulos, T., Baltas, K. N., & Balta, M. E. (2020). *The use of digital technologies by small and medium enterprises during COVID-19: Implications for theory and practice*. International Journal of Information Management, 55(Desember), 1–4. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102192>
- Pardi, Suharyono, Imam, S., dan Arifin, Z. 2014. *The Effect of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation toward Learning Orientation, Innovation, Competitive Advantages and Marketing Performance*. European Journal of Business and Management Vol. 6 No. 21, pp. 94-115.
- Porlezza & Colapinto (2012) *Innovation in Creative Industries: From the Quadruple Helix Model to the Systems Theory* Journal of the Knowledge Economy 3(4):1-11 DOI:[10.1007/s13132-011-0051-x](https://doi.org/10.1007/s13132-011-0051-x)
- Pearce, John A. dan Robinson, Richard B. (2013). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pratiwi, R. K. A., & Mildawati, T. (2014). *Analisis Kinerja Menggunakan Balanced Scorecard Pada PT PLN (Persero) Area Surabaya Utara*. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi, 3(9), 1–13
- Rapaccini, M., Saccani, N., Kowalkowski, C., Paiola, M., & Adrodegari, F. (2020). *Navigating disruptive crises through service-led growth : The impact of COVID19 on Italian manufacturing firms*. Industrial Marketing Management, 88(May), 225–237.<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.05.017>
- Romero-Jordan, D., Delgado-Rodriguez, M.J., Alvarez-Ayuso, I., & de Lucas-Santos, S. 2014. *Assessment of the public tools used to promote R&D investment in Spanish SMEs*. Small Business Economics. 43 (959-976). doi: 10.1007/s11187-014-9575-3.

- Setyawati&Rosiana (2015) *Inovasi dan Keunggulan Kompetitif Sebagai Variabel Mediasi Pengeruh Orentasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis (Studi Empiris Pada UKM di Purwokerto)* .JP Journal&Proceeding Fakultas Ekonomi dan Bisnid UNSOED Vol 5 No 1
- Sok, P., O’Cass, A. and Sok, K.M. (2013) *Achieving Superior SME Performance: Overarching Role of Marketing, Innovation, and Learning Capabilities*. *Australasian Marketing Journal*, 21, 161-167. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2013.04.001>
- Suh Y&M S Kim (2012) *Effects of SMEs Callaboration on R&D in the Service Sektor in Open Innovation: Management Policy&Practice*, 14(3). 349-362
- Sugiyono, (2014), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2013).*Memahami Penelitian Kualitatif* Bandung: Alfabeta
- Tamamudin, (2012), *Analisis Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Membeli dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Produk Batik Sutra Halus Merek Tamina)*. *Jurnal Penelitian* Vol. 9, No. 2, November 2012. Hal. 283-300.
- Thakur & Hale, 2013 *Service innovation: A comparative study of U.S. and Indian service firms* *Journal Of Businees Research* Volume 66 Issue 8 Agust 2013 Pages 1108-1123
- Tahaka, Yanne Christiani. 2013. “*Penerapan Balanced Scorecard Sebagai Alat Ukur Kinerja Pada PT. Bank Sulut*”. *Manado: Jurnal EMBA* ISSN 2303-1174 Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 402-413
- Ucaktürk, A., Bekmezci, M., & Ucaktürk, T. (2011). Prevailing during the periods of economical crisis and recession through business model innovation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24, 89–100. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.095>
- Undang-Undang No 20 Tahun 2008* (hal. 1-31). (2008). Diperoleh dari <https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf>.
- Van Tulder, R., Seitanidi, M. M., Crane, A., & Brammer, S. (2016). *Enhancing the Impact of cross-sector partnerships four impact loops for channeling partnership studies*. *Journal of Business Ethics*, 135(1), 1–17. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2756-4>
- Valencia, at al, (2010) *Organizational Culture as Determinant of Product Innovation* October 2010 *European Journal of Innovation Management* 13(4):466-480 DOI:10.1108/14601061011086294

- Wenzel, M., Stanske, S., & Lieberman, M. B. (2020). Strategic responses to crisis. *Strategic Management Journal*, (March), 7–18. <https://doi.org/10.1002/smj.3161>
- Wuryandani, D. (2013). Peranan kebijakan pemerintah daerah dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 4(1), 103–115. Retrieved from [http://jurnal.dpr.go.id/index.php/ekp/article /view/71](http://jurnal.dpr.go.id/index.php/ekp/article/view/71)
- Widoyoko (2012) *Teknik penyusunan instrumen penelitian* - Yogyakarta: pustaka pelajar
- Xiaobo, W. and V. Sivalogathan. (2013). *Intellectual Capital for Innovation Capability : A Conceptual Model for Innovation*, International Journal of trade and Finance. Vol.4, No. 3, p.139-144.
- Zhang, S., Wang, Z., Zhao, X., & Zhang, M. (2017). *Effects of institutional support on innovation and performance: Roles of dysfunctional competition*. *Industrial Management and Data Systems*, 117(1), 50–67. <https://doi.org/10.1108/IMDS10-2015-0408>
- Suku Madura – Wikipedia Bahasa Indonesia ensiklopedia bebas. id.m.wikipedia.org.
- Sejarah Masyarakat Madura/Center Of Excellence - DPAD Yogyakarta dpad.jogjaprovo.go.id.
- Odheng Lenpello, Kerajinan Tangan yang Laris Manis – Radar Madura adarmadura.jawapos.com.

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

INSTRUMEN PERNYATAAN

Responden yang terhormat,

Dalam rangka penyusunan tugas akhir disertasi yang merupakan syarat kelulusan program Pascasarjana S-3 Program Studi Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember, saya bermaksud mengadakan penelitian yang berjudul “ Orentasi Kewirausahaan, Dukungan Pemerintah Dalam Meningkatkan Inovasi dan Kinerja UKM Sektor Batik di Pulau Madura”. Adapun instruent pernyataan ini hanya digunakan untuk kepentingan penelitian sehingga semua jawaban Bapak/Ibu/Saudara akan penulis jaga kerahasiannya. Atas kesediaan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara, penulis mengucapkan terimakasih.

Peneliti,

Ilmiyah

I. IDENTITAS DIRI

No	IDENTITAS	KETERANGAN
1	Nama Lengkap	
2	Jenis kelamin	L/P <i>Catatan: lingkari jawaban yang benar</i>
3	Usia tahun
4	Pendidikan terakhir	a. Lulus SD atau yang sederajat b. Lulus SMP atau yang sederajat c. Lulus SLTA atau yang sederajat d. Lulus Diploma atau yang sederajat e. Lulus Strata I atau yang sederajat f. Lulus pascasarjana <i>Catatan: lingkari jawaban yang benar</i>
5	Nama UD batik	
6	Status UD batik	a. Terdaftar di Disperindag. No: Thn: b. Belum terdaftar di Disperindag <i>Catatan: lingkari jawaban yang benar</i>
7	Tempat UD batik	RT....., RW....., Dusun..... Desa..... Kec... Kabupaten.....
8	Tahun mulai UD batik	Tahun..... sd sekarang
9	Produk yang dihasilkan	a. Batik Tulis b. Batik Cap c. Batik Tulis dan Batik Cap <i>Catatan: lingkari jawaban yang benar</i>
10	Pemasaran	a. Lokal (lingkungan setempat) b. Pulau Jawa c. Nasional d. Export <i>Catatan: lingkari jawaban yang benar</i>
11	Total nilai penjualan Tahun 2016 s/d 2018	Rp. Rp. Rp.
12	Jumlah tenaga kerja (selain dirinya)	a. Laki-laki b. Perempuan
13	Status tenaga kerja	a. Keluarga (misal anak, istri atau suami) b. Saudara c. Diluar a dan b. <i>Catatan: lingkari jawaban yang benar</i>
14	Rumah Tempat Tinggal	RT....., RW....., Dusun..... Desa..... Kec..... Kabupaten.....
15	Status sekarang	a. Kawin b. Belum kawin c. Lainnya..... <i>Catatan: lingkari salah satu jawaban yang benar</i>
16	Jumlah jiwa yang ditanggung	Jumlah jiwa

II. PETUNJUK

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara anggap paling mewakili, di kolom yang telah disediakan.

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Petunjuk isian: Hanya ada satu jawaban yang benar. Harap jawaban yang benar diberi tanda silang (X)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
A. ORENTASI KEWIRAUSAHAAN						
A.1 dan Karyawan						
Bernilai (X1.1)						
1	Kami memiliki alat produksi batik yang lengkap.					
2	Kami menggunakan alat produksi untuk modal bersaing.					
3	Alat produksi yang lengkap kami jadikan sebagai modal untuk kemajuan usaha batik					
Langka (X1.2)						
1	Rekrutmen karyawan di perusahaan kami dilakukan secara turun temurun.					
2	Manajemen pengelolaan di perusahaan kami dilakukan secara tradisional.					
3	Keahlian membatik didapat mulai kecil					
A.2 Non-Fisik (jaringan pemasaran, nama baik)						
Bernilai						
Jaringan Pemasaran (X1.3)						
1.	Kami memiliki jaringan pemasaran yang dapat digunakan untuk menjaga kelancaran produksi batik.					
2.	Kami memiliki jaringan pemasaran yang dapat digunakan untuk modal bersaing.					
3.	Kami memiliki jaringan pemasaran yang dapat digunakan untuk					

	kemajuan usaha batik.					
	Reputasi>Nama baik Perusahaan (X1.4)					
1.	Kami memiliki reputasi / nama baik perusahaan yang dapat digunakan untuk menjaga kelancaran produksi batik.					
2.	Kami memiliki reputasi / nama baik yang dapat digunakan untuk modal bersaing.					
3.	Kami memiliki reputasi / nama baik yang dapat digunakan untuk kemajuan usaha batik.					
	Langka					
	Jaringan Pemasaran (X1.5)					
1.	Kami memiliki jaringan pemasaran yang tidak mudah ditiru.					
2.	Jaringan pemasaran kami gunakan untuk modal bersaing.					
3.	Jaringan pemasaran kami gunakan untuk memajukan usaha batik.					
	Reputasi>Nama baik Perusahaan (X1.6)					
1.	Kami memiliki yang tidak mudah ditiru.					
2.	reputasi / nama baik kami gunakan untuk modal bersaing.					
3.	reputasi / nama baik, kami gunakan untuk memajukan usaha batik.					
	B. KAPABILITAS PERUSAHAAN					
	Valuable / berharga					
1	Kami terampil dalam memanfaatkan alat membatik dalam proses produksi Batik.					
2	Kami terampil dalam memanfaatkan alat membatik untuk modal bersaing.					
3	Kami terampil dalam memanfaatkan alat membatik untuk memajukan usaha batik.					
	Rare / langka					
1	Kami mampu memanfaatkan alat membatik untuk menghasilkan produk batik yang unik.					
2	Kami mampu menciptakan motif batik yang unik.					

3	Kami mampu menciptakan komposisi warna batik yang khas.					
	Inimitable (tidak dapat ditiru)					
1	Kami memiliki keahlian yang tidak dapat ditiru dalam memanfaatkan alat membatik.					
2	Kami memiliki keahlian yang tidak dapat ditiru oleh pesaing dalam menciptakan motif batik.					
3	Kami memiliki keterampilan yang tidak dapat ditiru dalam pewarnaan batik.					
	C. INOVASI PRODUK					
	Variasi produk					
1.	Kami mampu menghasilkan produk yang berbeda dari sebelumnya.					
2.	Variasi produk yang kami hasilkan cukup banyak dalam periode 3 bulan.					
3	Produk baru kami disukai konsumen.					
	Kualitas produk					
1.	Produk yang kami hasilkan selalu terbeli oleh konsumen.					
2.	Kami memiliki banyak pesanan batik dari konsumen.					
3.	Harga produk kami tergolong murah.					
	D. KINERJA PERUSAHAAN					
1	Keuntungan penjualan yang diperoleh perusahaan kami selama 3 tahun meningkat.					
2	Volume penjualan yang diperoleh perusahaan kami selama 3 tahun meningkat.					
3	Pengembalian investasi modal perusahaan kami selama 3 tahun meningkat.					

-SELESAI-

Lampiran 2. Data Primer Penelitian

No Resp	SUMBER DAYA PERUSAHAAN (X ₁)																	
	X1.1			X1.2			X1.3			X1.4			X1.5			X1.6		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
1	4	4	4	2	3	4	5	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
2	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5
3	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	5	4
5	4	4	4	4	4	2	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	5	5
6	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4
7	4	4	5	3	4	4	5	5	4	3	3	4	3	4	5	5	5	3
8	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3
9	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4
10	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	5
11	4	4	4	2	4	4	5	4	4	3	2	4	4	4	5	4	4	4
12	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	3	2	3	1	1	2	2	3	2	4	4	5	4	5	4
14	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3
18	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
19	4	4	4	3	3	4	5	5	3	4	3	4	4	4	5	4	5	4
20	4	4	4	3	2	3	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3	4
25	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4
26	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	3	3	4
27	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	5	4	3
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4
33	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3
38	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3
41	5	5	4	3	3	3	3	4	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5
42	4	5	5	3	2	4	4	4	5	3	3	5	3	5	5	5	5	5
43	3	4	4	4	4	3	4	4	5	3	3	4	3	3	4	4	4	5
44	4	4	5	4	3	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	4	4
45	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	5	4	5	4	5
46	5	4	5	4	4	4	5	5	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5

Lanjutan Lampiran 2

No Resp	SUMBER DAYA PERUSAHAAN (X ₁)																		
	X1.1			X1.2			X1.3			X1.4			X1.5			X1.6			
47	5	4	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
48	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	3	3	3	4	4	5
49	5	5	5	3	4	3	5	4	4	3	3	4	2	2	4	5	5	4	
50	5	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	
51	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	5	5	
52	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	
53	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	3	3	4	4	
54	4	4	5	4	3	3	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	
55	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	
56	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	
57	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	
58	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	
59	4	4	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	3	5	5	4	5	
60	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	3	5	5	4	5	
61	4	4	4	2	3	4	5	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	
62	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	
63	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	
64	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	5	4	
65	4	4	4	4	4	2	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	5	5	
66	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	
67	4	4	5	3	4	4	5	5	4	3	3	4	3	4	5	5	5	3	
68	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	
69	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	
70	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	5	
71	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	
72	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	
73	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
74	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	
75	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	
77	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	2	4	3	3	4	3	4	
78	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
79	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	
80	4	3	5	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	
81	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
82	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	
83	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	
84	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	
85	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	
86	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	
87	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	
88	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	4	
89	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	
90	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	
91	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	
92	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	

Lanjutan Lampiran 2

No Res	KAPABILITAS PERUSAHAAN (X ₂)								
	X2.1			X2.2			X2.3		
1	4	4	4	4	3	3	2	2	2
2	4	4	4	3	4	4	4	4	3
3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4	2	4
5	4	4	4	4	3	3	3	4	3
6	4	4	4	4	4	3	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	3	3	3
8	4	4	4	4	3	3	3	3	3
9	4	4	4	4	4	3	3	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	3	4	3	3	3
12	4	4	4	4	4	4	3	4	4
13	4	4	4	4	5	4	4	4	3
14	4	4	4	4	4	4	3	3	3
15	4	4	4	4	4	3	4	4	1
16	4	4	4	4	4	4	3	4	5
17	4	4	4	3	3	3	2	2	2
18	4	4	4	4	3	3	3	3	3
19	4	4	4	4	3	4	3	4	4
20	4	4	4	3	4	3	3	3	3
21	3	3	4	4	4	4	3	4	4
22	4	3	4	4	4	4	3	3	3
23	3	3	3	3	3	3	4	4	4
24	4	2	3	4	4	4	4	4	4
25	4	3	4	4	4	3	4	4	4
26	4	4	3	3	3	3	3	3	3
27	4	4	4	4	5	4	4	4	4
28	4	5	4	3	4	5	4	4	2
29	4	4	3	4	4	3	4	4	4
30	3	4	3	3	3	4	3	3	4
31	4	4	4	3	3	3	3	3	3
32	4	4	4	4	4	4	3	3	3
33	4	4	4	3	3	3	4	4	4
34	3	4	4	3	3	3	3	3	3
35	4	4	4	4	4	4	3	3	3
36	3	3	3	4	4	4	4	4	3
37	4	4	4	4	4	4	3	3	3
38	4	4	4	4	3	3	3	3	3
39	3	4	4	4	4	4	3	4	4
40	4	4	4	3	4	4	3	3	4
41	3	4	4	3	3	3	3	4	5
42	4	4	4	5	5	3	3	2	2
43	5	4	5	4	3	3	3	3	3
44	4	5	5	5	5	5	3	3	3
45	5	4	4	3	3	3	2	2	2
46	5	5	5	4	3	3	3	4	3

Lanjutan Lampiran 2

No Res	KAPABILITAS PERUSAHAAN (X ₂)								
	X2.1			X2.2			X2.3		
47	5	4	5	4	3	3	4	3	4
48	4	4	4	4	4	4	5	5	5
49	4	4	4	4	4	5	5	4	3
50	5	5	4	3	3	5	3	4	3
51	4	4	4	4	3	3	3	3	3
52	4	4	5	4	3	4	3	3	3
53	4	4	4	5	4	5	5	4	5
54	4	4	5	5	3	3	5	3	3
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	3	4	5	5	5	3	3	3	3
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	4	3	4	4	4	4	4	4	3
59	4	4	5	5	5	5	4	3	4
60	4	5	5	3	4	5	3	3	3
61	4	4	4	4	3	3	2	2	2
62	4	4	4	3	4	4	4	4	3
63	4	4	4	4	4	3	3	3	3
64	4	4	4	4	4	3	4	2	4
65	4	4	4	4	3	3	3	4	3
66	4	4	4	4	4	3	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	3	3	3
68	4	4	4	4	3	3	3	3	3
69	4	4	4	4	4	3	3	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	4	3	4	5	5	5	5	4	5
72	4	3	4	5	5	5	5	4	5
73	5	4	4	4	4	4	4	4	4
74	4	4	4	5	4	4	4	4	3
75	5	4	4	5	5	5	4	4	4
76	4	4	4	4	4	4	4	3	3
77	3	3	3	4	3	3	4	3	4
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	5	4	4	4	4	5	4	4	5
80	4	3	4	4	4	4	2	2	4
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	3	3	4	3	4	4	3	3	3
83	4	3	3	4	4	4	3	3	3
84	3	4	4	4	3	4	4	4	4
85	4	4	4	4	4	5	4	3	3
86	4	4	3	3	3	4	4	4	4
87	5	4	4	5	4	4	4	5	4
88	5	5	5	5	5	5	3	3	3
89	5	5	5	4	5	4	4	4	4
90	4	4	5	5	5	5	4	3	3
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	5	5	5	3	5	5	5	5	5

Lanjutan Lampiran 2

No Res	INOVASI PRODUK (Y1)					
	Y1.1			Y1.2		
1	4	4	5	4	5	4
2	4	4	4	5	5	3
3	4	4	5	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4
5	2	4	4	5	4	4
6	4	4	4	4	4	3
7	3	4	4	4	4	3
8	4	4	4	4	4	4
9	4	5	5	4	4	3
10	4	4	4	4	4	2
11	4	4	4	3	4	4
12	5	4	4	4	5	2
13	4	2	4	4	5	5
14	4	4	4	5	5	3
15	4	3	3	4	3	4
16	4	3	5	4	3	4
17	3	3	3	4	5	3
18	4	4	4	4	4	3
19	4	4	4	4	4	3
20	4	4	4	4	5	4
21	4	4	4	3	4	4
22	4	3	4	3	4	4
23	4	4	5	4	4	4
24	4	3	4	4	4	4
25	3	4	3	4	4	4
26	5	5	3	5	5	5
27	4	5	3	3	3	4
28	3	4	3	3	3	4
29	4	4	5	4	4	4
30	5	4	5	5	4	5
31	3	3	3	4	4	4
32	3	3	3	4	4	4
33	4	4	4	4	5	4
34	3	3	3	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4
36	3	3	4	4	3	4
37	4	4	4	4	4	4
38	3	3	3	4	3	4
39	3	3	4	5	3	4
40	3	3	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4
42	3	3	4	4	3	4
43	4	3	4	3	3	4
44	3	3	5	4	3	4
45	3	3	5	4	4	4
46	4	3	5	5	3	5

Lanjutan Lampiran 2

No Res	INOVASI PRODUK (Y1)					
	Y1.1			Y1.2		
47	4	3	5	4	5	4
48	4	4	5	5	4	4
49	4	3	4	4	4	3
50	4	4	4	4	4	4
51	4	3	4	4	4	4
52	4	4	5	3	3	4
53	4	4	5	4	4	3
54	4	3	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4
56	4	3	5	4	4	3
57	4	5	5	4	4	4
58	3	3	4	3	4	4
59	4	4	4	4	5	4
60	4	5	5	5	5	5
61	4	4	5	4	5	4
62	4	4	4	5	5	3
63	4	4	5	4	4	3
64	4	4	4	4	4	4
65	2	4	4	5	4	4
66	4	4	4	4	4	3
67	3	4	4	4	4	3
68	4	4	4	4	4	4
69	4	5	5	4	4	3
70	4	4	4	4	4	2
71	4	4	4	4	3	3
72	4	4	4	4	3	3
73	4	4	4	4	4	4
74	5	5	4	5	4	3
75	5	5	5	5	5	3
76	4	4	3	3	3	3
77	3	3	3	4	4	4
78	4	4	4	4	5	4
79	4	4	5	4	4	4
80	4	4	4	4	4	5
81	5	5	4	5	5	4
82	4	4	4	4	4	3
83	4	4	4	3	3	4
84	4	4	4	4	4	3
85	5	5	5	4	4	3
86	4	4	4	4	4	4
87	5	5	5	5	5	5
88	4	5	5	4	4	3
89	5	5	5	5	5	2
90	4	4	5	4	4	5
91	4	4	3	4	3	4
92	3	5	5	5	5	3

Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4. Analisis GSCA

Model Fit	
FIT	0.611
AFIT	0.696
GIT	0,995
NPAR	28

Measurement Model

Variable	Loading			Weight			SMC		
	Estimate	SE	CR	Estimate	SE	CR	Estimate	SE	CR
sumberdaya AVE = 0.548, Alpha =0.599									
x1.1	0	0	0	0.333	0.048	6.97*	0	0	0
x1.2	0	0	0	0.063	0.100	0.63	0	0	0
x1.3	0	0	0	0.312	0.040	7.8*	0	0	0
x1.4	0	0	0	0.297	0.064	4.66*	0	0	0
x1.5	0	0	0	0.247	0.060	4.1*	0	0	0
x1.6	0	0	0	0.345	0.049	7.04*	0	0	0
kapabilitas AVE = 0.582, Alpha =0.533									
x2.1	0	0	0	0.182	0.161	3.13*	0	0	0
x2.2	0	0	0	0.604	0.057	10.59*	0	0	0
x2.3	0	0	0	0.543	0.103	5.29*	0	0	0
inovasi AVE = 0.704, Alpha =0.690									
y1.1	0	0	0	0.886	0.164	5.39*	0	0	0
y1.2	0	0	0	0.331	0.276	4.2*	0	0	0
kinerja AVE = 0.600, Alpha =0.907									
Y2.1	0	0	0	0.711	0.398	4.3*	0	0	0

CR* = significant at .05 level

Structural Model

Path Coefficients			
	Estimate	SE	CR
sumberdaya->inovasi	0.065	0.087	0.62
sumberdaya->kinerja	0.099	0.216	0.46
kapabilitas->inovasi	0.675	0.072	9.34*
kapabilitas->kinerja	0.583	0.112	5.22*
inovasi->kinerja	0.584	0.129	4.52*

CR* = significant at .05 level

R square of Latent Variable	
sumberdaya	0
kapabilitas	0
inovasi	0.189
kinerja	0.324

Means Scores of Latent Variables	
sumberdaya	3.997
kapabilitas	3.758
inovasi	3.949
kinerja	4.183

Correlations of Latent Variables (SE)				
	sumberdaya	kapabilitas	inovasi	kinerja
sumberdaya	1	0.269 (0.248)	0.859 (0.045)*	0.797 (0.149)*
kapabilitas	0.442 (0.114)*	1	0.455 (0.095)*	0.339 (0.117)*
inovasi	0.341 (0.119)*	0.501 (0.114)*	1	0.738 (0.072)*
kinerja	0.635 (0.129)*	0.354 (0.103)*	-0.100 (0.134)	1

* significant at .05 level

No	Orientasi Kewirausahaan (X1)																												X1.5	
	X1.1					X1.1	X1.2					X1.2	X1.3					X1.3	X1.4					X1.4	X1.5					
1	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	3	21	4	3	3	5	4	19	3	4	4	4	5	20	5	4	4	3	4	20
2	4	4	3	4	5	20	4	4	4	4	3	19	5	3	4	5	3	20	4	5	4	3	5	21	4	4	3	2	5	18
3	4	4	4	4	3	19	4	4	5	4	4	21	5	2	2	5	5	19	2	3	4	2	5	16	5	2	5	2	5	19
4	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	3	20	5	2	4	4	4	19	4	4	4	4	5	21	5	4	5	3	5	22
5	5	5	2	2	5	19	3	3	3	5	5	19	4	2	3	4	3	16	4	3	4	3	4	18	5	4	3	4	4	20
6	3	4	4	5	5	21	4	5	4	5	5	23	4	4	5	3	4	20	4	5	4	4	4	21	5	3	4	5	3	20
7	2	2	2	2	3	11	4	5	4	5	4	22	3	2	2	5	4	16	2	4	4	2	5	17	5	3	4	2	5	19
8	4	5	4	4	4	21	5	5	5	3	3	21	4	4	3	5	5	21	2	2	2	2	2	10	4	4	4	2	5	19
9	4	3	4	5	5	21	4	4	4	5	5	22	3	3	4	4	4	18	4	4	3	3	4	18	4	4	3	5	5	21
10	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	4	23	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	4	23
11	4	4	5	4	5	22	5	3	5	5	5	23	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24
12	4	4	5	5	5	23	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21	5	3	5	2	5	20
13	4	5	5	5	5	24	4	4	3	4	4	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	2	5	22
14	4	4	4	4	4	20	5	3	4	5	4	21	5	5	4	4	4	22	4	4	5	4	4	21	5	5	4	4	4	22
15	3	4	4	4	3	18	4	4	5	5	4	22	3	4	4	5	5	21	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	4	4	23	4	4	5	5	5	23	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	4	24	5	4	5	5	5	24
17	5	5	5	5	5	25	5	4	3	4	4	20	3	2	4	5	4	18	4	4	2	4	4	18	5	4	5	3	5	22
18	4	5	4	4	5	22	4	4	5	4	4	21	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	4	22
19	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	4	22	4	4	5	4	4	21	4	4	5	5	5	23	4	4	5	5	4	22
20	5	5	4	3	3	20	3	3	5	5	5	21	3	3	3	3	4	16	2	2	2	3	5	14	5	2	5	3	5	20
21	3	3	2	5	5	18	4	4	5	4	5	22	3	3	4	3	4	17	4	4	4	4	5	21	5	4	5	4	5	23
22	4	3	4	2	4	17	3	4	2	4	4	17	4	3	4	4	3	18	4	3	2	4	4	17	4	3	2	4	3	16
23	4	3	4	3	4	18	4	4	3	2	2	15	4	4	4	3	3	18	4	4	4	3	4	19	3	2	2	4	4	15
24	4	4	3	3	3	17	4	4	4	5	4	21	3	5	5	4	3	20	4	4	4	3	4	19	5	4	3	4	4	20
25	4	4	3	4	4	19	3	4	5	4	4	20	4	4	4	4	3	19	4	5	4	4	4	21	4	3	4	4	4	19
26	4	4	4	4	3	19	4	5	5	4	4	22	5	4	4	4	4	21	3	4	4	4	4	19	4	3	4	4	3	18
27	4	4	3	3	4	18	3	4	5	4	4	20	4	4	4	5	4	21	4	4	4	3	5	20	4	5	4	3	4	20

28	4	4	3	5	4	20	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19	5	4	4	4	4	21
29	4	4	3	4	5	20	4	3	4	5	4	20	4	3	4	3	4	18	3	4	3	4	3	17	4	3	4	4	4	19
30	4	4	5	5	4	22	4	5	3	4	3	19	4	4	4	5	4	21	4	4	4	3	5	20	5	4	4	3	5	21
31	4	3	4	3	4	18	5	3	4	4	4	20	4	3	4	4	3	18	4	3	5	4	4	20	4	5	4	3	4	20
32	4	4	2	3	4	17	4	4	4	4	3	19	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19
33	4	4	3	4	3	18	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	4	18	4	4	3	4	4	19
35	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
38	5	3	2	4	5	19	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	3	5	5	23
39	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
40	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
41	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
42	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
43	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
44	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
45	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
46	5	4	4	3	4	20	5	4	3	4	5	21	5	4	4	5	5	23	5	4	4	5	4	22	4	4	3	5	5	21
47	5	5	4	3	3	20	4	5	5	3	3	20	2	2	4	5	5	18	4	4	4	3	3	18	4	5	5	5	4	23
48	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	5	23	4	4	3	3	3	17	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	4	22
49	4	4	5	5	4	22	5	4	4	3	2	18	4	5	5	4	4	22	5	5	5	4	3	22	4	3	2	2	3	14
50	5	4	4	5	4	22	4	4	4	5	3	20	5	5	3	5	5	23	4	2	5	5	4	20	3	4	5	4	5	21
51	5	5	4	3	3	20	4	4	3	4	4	19	5	4	2	5	5	21	4	4	4	3	4	19	5	5	4	5	4	23
52	5	5	5	4	4	23	4	4	4	5	5	22	4	4	4	5	5	22	4	4	5	5	5	23	4	3	2	4	5	18
53	4	4	5	4	4	21	3	3	4	5	5	20	4	4	3	4	4	19	5	5	3	3	5	21	3	4	4	4	5	20
54	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	3	4	4	5	5	21	4	4	5	5	5	23	3	3	3	5	5	19
55	4	4	4	5	5	22	4	4	4	5	3	20	3	3	4	2	2	14	3	3	4	4	4	18	5	5	5	3	3	21
56	4	3	5	4	4	20	5	3	4	4	3	19	4	3	4	4	5	20	4	4	4	3	5	20	4	4	5	3	4	20
57	4	4	3	3	4	18	4	3	4	4	4	19	5	4	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21	3	3	4	4	4	18

58	4	3	5	4	4	20	5	4	4	3	4	20	5	4	3	4	4	20	5	4	4	3	4	20	4	4	3	5	4	20
59	4	3	4	3	5	19	4	4	3	3	5	19	4	2	4	4	4	18	3	3	3	4	4	17	3	4	4	3	4	18
60	4	3	5	5	5	22	4	4	4	3	5	20	5	5	4	4	4	22	3	5	4	4	4	20	4	5	5	4	4	22
61	4	4	5	5	3	21	4	4	4	3	5	20	4	4	4	5	5	22	4	5	3	4	4	20	5	4	3	4	4	20
62	5	5	4	4	4	22	3	4	4	5	4	20	5	4	4	4	4	21	4	5	3	3	4	19	4	4	5	5	3	21
63	4	4	5	4	3	20	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	5	21	4	4	4	3	3	18	4	1	2	2	2	11
64	4	4	3	5	4	20	4	4	4	4	4	20	3	4	3	5	4	19	4	4	4	3	3	18	4	5	5	4	4	22
65	4	3	3	3	5	18	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	5	18	4	4	4	3	3	18	4	5	5	3	4	21
66	4	5	4	4	4	21	4	4	5	4	4	21	3	4	4	4	5	20	3	4	4	4	4	19	4	5	5	5	5	24
67	4	4	5	3	4	20	4	4	5	3	4	20	4	4	4	4	5	21	4	4	3	2	2	15	4	4	4	4	3	19
68	5	5	5	5	4	24	3	3	4	4	5	19	4	4	4	5	5	22	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	4	22
69	5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	4	21	3	4	4	4	4	19	5	5	5	4	4	23	5	3	3	3	4	18
70	4	3	3	2	2	14	5	5	5	4	4	23	3	3	2	5	5	18	4	4	4	5	4	21	5	5	4	4	4	22
71	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	4	22	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	3	19	5	5	3	3	2	18
72	3	3	2	2	3	13	4	4	4	5	5	22	4	3	5	5	5	22	4	4	4	3	3	18	4	5	5	5	5	24
73	5	5	5	5	5	25	5	3	3	3	4	18	4	4	4	5	5	22	4	4	4	3	4	19	5	5	4	4	5	23
74	5	5	4	5	5	24	4	4	4	3	3	18	5	5	5	4	4	23	4	4	4	3	3	18	2	2	3	3	2	12
75	4	4	3	4	4	19	5	4	4	5	3	21	5	4	5	4	4	22	5	5	4	4	5	23	5	5	4	3	3	20
76	4	4	3	4	4	19	5	4	5	5	5	24	5	4	4	5	5	23	5	3	4	3	5	20	5	4	5	4	5	23
77	4	4	3	4	4	19	5	4	5	5	5	24	5	4	3	5	5	22	5	4	4	5	5	23	5	4	5	5	4	23
78	4	3	2	4	5	18	5	3	4	5	4	21	4	5	4	5	4	22	5	5	4	4	4	22	5	5	5	4	5	24
79	5	5	4	3	2	19	3	2	5	4	2	16	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	5	21	3	4	4	4	5	20
80	4	3	2	3	4	16	5	3	4	5	4	21	4	5	4	4	5	22	5	5	4	4	4	22	5	5	5	4	5	24
81	5	4	3	4	5	21	4	4	4	5	4	21	3	2	4	5	4	18	4	4	4	3	2	17	4	4	4	5	5	22
82	4	4	3	4	4	19	5	5	4	4	4	22	5	5	4	5	4	23	4	4	4	3	4	19	4	4	4	5	5	22
83	4	4	4	4	4	20	5	4	5	5	5	24	5	4	3	5	5	22	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21
84	4	4	4	4	4	20	5	3	5	5	4	22	5	4	3	5	5	22	5	4	4	4	5	22	5	4	5	4	4	22
85	4	4	3	4	4	19	5	3	5	5	4	22	5	4	3	4	5	21	5	5	4	3	5	22	5	4	3	3	3	18
86	5	4	3	4	5	21	5	4	4	4	3	20	4	4	3	5	5	21	4	4	3	4	4	19	5	4	3	4	4	20
87	4	4	2	5	4	19	4	3	5	4	5	21	5	2	1	5	5	18	4	4	4	4	2	18	5	3	5	5	3	21

88	4	4	3	4	5	20	5	4	5	5	3	22	5	4	3	4	5	21	5	4	4	3	5	21	5	3	5	5	4	22
89	4	4	5	4	5	22	5	4	5	5	4	23	5	3	4	3	5	20	4	4	3	3	4	18	5	5	5	4	4	23
90	4	4	4	4	4	20	5	3	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21	4	4	3	4	4	19	5	5	3	4	4	21
91	4	4	4	4	3	19	4	3	4	3	3	17	4	3	2	3	5	17	3	3	2	3	4	15	5	4	4	5	5	23
92	4	5	2	4	4	19	5	5	4	5	2	21	3	5	3	5	3	19	3	4	4	3	5	19	5	4	4	3	3	19
93	4	5	4	4	4	21	5	4	5	4	4	22	3	3	3	5	3	17	4	4	4	3	5	20	4	4	4	3	3	18
94	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	5	4	5	5	5	24
95	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	3	3	2	4	4	16	4	4	4	4	4	20
96	4	4	4	3	4	19	3	4	4	4	4	19	3	4	4	3	4	18	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20
97	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20
98	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
99	2	3	4	2	4	15	4	2	4	4	2	16	2	4	4	4	4	18	5	5	4	5	5	24	4	4	3	5	2	18
100	5	5	4	4	5	23	4	4	5	5	3	21	5	5	4	4	4	22	5	5	5	4	4	23	5	5	4	5	4	23
101	4	4	5	5	5	23	4	4	4	5	4	21	5	5	4	4	3	21	5	5	4	5	3	22	5	5	4	3	4	21
102	4	4	5	5	5	23	5	4	4	5	4	22	5	5	5	4	4	23	5	5	4	4	4	22	5	5	4	5	4	23
103	4	4	5	4	5	22	5	5	5	4	5	24	4	4	4	5	5	22	4	5	4	4	4	21	5	5	3	5	5	23
104	4	3	2	3	4	16	4	4	4	4	4	20	5	5	2	3	5	20	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20
105	4	2	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	2	4	4	18	5	5	5	5	5	25
106	4	3	3	3	4	17	4	4	4	4	4	20	4	5	3	5	5	22	4	4	1	4	4	17	4	4	4	4	4	20
107	4	4	3	4	4	19	5	5	5	5	4	24	5	4	3	5	5	22	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	4	24
108	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21	4	4	4	5	4	21	5	4	1	4	4	18	5	5	5	5	5	25
109	4	4	3	4	4	19	5	4	5	5	4	23	5	4	4	5	4	22	5	5	4	4	5	23	5	5	4	5	4	23
110	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	4	22	5	4	3	5	5	22	5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	4	21
111	4	3	3	3	4	17	4	4	4	4	4	20	5	5	5	3	4	22	4	4	2	4	3	17	5	4	4	2	5	20
112	4	5	4	4	3	20	2	3	4	3	2	14	4	2	4	5	4	19	3	3	3	4	5	18	3	3	3	2	3	14
113	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	4	4	3	4	4	19	5	5	5	5	5	25
114	4	3	5	4	5	21	2	3	5	4	3	17	5	4	3	3	5	20	4	5	3	4	5	21	5	4	5	4	3	21
115	4	5	3	5	5	22	5	4	4	5	4	22	5	5	4	5	5	24	4	4	3	4	4	19	5	4	3	5	4	21
116	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	4	17	2	3	2	3	4	14	4	4	4	4	4	20
117	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	3	3	2	3	3	14	4	4	5	5	5	23

118	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	3	3	2	3	3	14	4	4	4	4	4	20
119	4	4	3	4	4	19	5	4	4	5	4	22	4	4	4	5	5	22	4	4	3	4	5	20	5	5	3	4	4	21
120	4	4	3	4	4	19	5	4	5	5	4	23	5	5	3	5	5	23	5	4	4	4	5	22	5	4	4	5	5	23
121	4	4	2	3	4	17	5	3	4	5	4	21	5	4	4	4	4	21	4	4	4	5	2	19	4	4	3	4	4	19
122	2	2	4	2	4	14	5	5	4	5	2	21	4	4	4	2	4	18	4	4	3	4	2	17	4	4	3	4	3	18
123	4	5	3	5	5	22	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	5	4	4	5	4	22
124	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	4	4	2	3	4	17	5	5	5	5	5	25
125	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	4	22	5	5	5	5	5	25
126	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	3	3	4	5	4	19	5	5	5	5	4	24	5	4	4	4	4	21
127	4	4	3	4	4	19	5	4	5	4	4	22	5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	5	22	5	4	4	5	5	23
128	4	4	4	4	4	20	5	4	5	5	4	23	4	4	3	5	4	20	5	4	4	4	5	22	5	4	5	5	5	24
129	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
130	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
131	3	3	4	4	3	17	3	4	3	3	3	16	3	4	3	3	3	16	2	3	3	4	3	15	5	5	5	5	5	25
132	4	4	3	4	4	19	5	4	4	4	4	21	5	4	4	5	5	23	4	4	4	4	5	21	5	4	4	4	4	21
133	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
134	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	4	22
135	4	4	4	5	5	22	4	4	5	4	4	21	4	4	5	5	5	23	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
136	4	5	4	4	4	21	5	4	5	4	4	22	5	4	3	5	4	21	4	4	4	4	4	20	5	4	5	5	5	24
137	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21	4	5	4	5	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
138	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	5	25
139	5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	5	21	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	4	20
140	5	5	4	4	4	22	4	4	4	5	5	22	4	5	4	5	5	23	5	5	5	4	4	23	5	5	4	4	4	22
141	4	5	4	5	4	22	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	5	4	5	4	22

No	Dukungan Pemerintah (X2)															X2.3		
	X2.1					X2.1	X2.2					X2.2	X2.3					
1	3	4	4	3	2	16	4	3	3	4	4	18	4	5	3	3	4	19
2	5	4	5	3	2	19	5	3	4	4	4	20	5	4	3	3	2	17
3	5	5	5	2	2	19	5	3	4	4	5	21	3	3	2	2	2	12
4	4	4	5	5	2	20	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	3	19
5	4	4	3	5	4	20	5	4	4	5	4	22	4	4	3	3	4	18
6	4	4	3	5	5	21	4	4	4	4	3	19	2	2	4	4	5	17
7	5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	5	22	2	4	4	3	2	15
8	5	5	5	4	4	23	5	5	4	4	4	22	2	3	3	4	4	16
9	4	4	4	5	2	19	5	3	4	4	4	20	5	5	5	4	4	23
10	4	4	5	5	5	23	5	5	4	5	4	23	5	5	4	4	4	22
11	5	5	5	4	4	23	5	5	4	3	3	20	4	4	5	5	4	22
12	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	4	20
13	5	5	5	5	3	23	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
14	5	4	5	5	4	23	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4	22
15	5	5	5	3	2	20	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	5	22
16	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	5	23	4	5	3	4	4	20
17	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	5	23	5	5	5	4	5	24
18	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	5	22
19	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	5	23
20	5	4	4	5	5	23	5	3	4	3	5	20	5	4	4	5	5	23
21	4	4	4	5	4	21	5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	5	24
22	4	3	2	4	4	17	4	4	4	3	2	17	4	4	3	2	4	17
23	4	4	3	2	4	17	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	4	19
24	4	4	4	3	3	18	4	4	5	4	4	21	4	4	3	4	4	19
25	4	3	4	5	4	20	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19
26	4	3	4	5	5	21	4	4	5	5	4	22	4	4	5	4	3	20
27	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	3	19	4	3	4	3	4	18
28	4	4	4	3	3	18	5	4	3	4	3	19	5	5	4	5	4	23
29	4	5	5	4	4	22	4	4	3	5	5	21	4	4	4	3	4	19
30	4	3	4	4	4	19	4	4	5	3	3	19	4	4	3	4	5	20
31	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	5	19	4	3	4	3	5	19
32	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19
33	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	4	19
34	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19
35	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
37	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
38	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25

39	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
40	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
41	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
42	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
43	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
44	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
45	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
46	5	4	5	5	4	23	5	5	4	5	5	24	4	4	5	4	5	22
47	5	4	4	5	5	23	4	2	2	5	5	18	4	4	5	5	3	21
48	5	3	2	2	5	17	5	5	3	4	4	21	5	5	4	3	4	21
49	5	5	3	3	5	21	4	4	2	4	3	17	5	5	4	4	4	22
50	5	5	4	4	4	22	5	5	5	5	5	25	4	4	4	3	3	18
51	5	5	4	4	5	23	5	4	4	4	4	21	5	5	3	3	3	19
52	5	5	3	4	3	20	4	4	2	3	3	16	4	4	5	5	5	23
53	5	5	4	4	4	22	5	3	3	5	5	21	4	4	5	5	5	23
54	4	4	4	3	3	18	5	5	5	5	5	25	4	4	5	3	3	19
55	3	3	2	2	5	15	4	4	4	4	5	21	4	5	5	5	5	24
56	4	3	4	5	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19
57	5	4	4	4	3	20	4	3	3	4	3	17	4	3	5	5	4	21
58	4	3	4	5	5	21	4	4	4	3	5	20	4	4	3	5	4	20
59	4	3	5	4	4	20	4	3	4	4	3	18	5	5	4	2	2	18
60	4	3	4	4	5	20	5	4	4	5	5	23	4	4	3	3	5	19
61	4	3	4	3	5	19	4	4	3	4	4	19	3	5	5	4	4	21
62	4	4	3	4	4	19	5	5	5	4	4	23	3	4	3	4	3	17
63	4	4	4	4	3	19	4	3	3	4	4	18	3	5	4	4	3	19
64	4	4	4	3	4	19	5	4	4	4	4	21	3	4	4	5	4	20
65	4	4	3	5	4	20	4	4	4	3	3	18	4	4	5	4	4	21
66	4	4	5	4	4	21	4	4	3	4	5	20	3	3	4	4	4	18
67	4	4	4	3	4	19	3	5	4	4	3	19	2	4	4	4	4	18
68	5	5	3	2	4	19	4	4	3	4	4	19	5	5	4	5	5	24
69	5	5	5	4	4	23	4	3	3	5	5	20	4	4	5	5	4	22
70	5	4	4	3	3	19	4	5	3	5	5	22	4	4	5	5	3	21
71	4	4	5	5	5	23	4	4	3	4	4	19	5	5	4	4	4	22
72	4	4	3	3	3	17	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	4	22
73	5	5	5	4	3	22	5	4	3	5	5	22	4	4	4	5	5	22
74	5	5	5	4	4	23	3	3	5	5	5	21	4	4	4	4	4	20
75	5	5	4	5	4	23	5	5	4	5	5	24	4	5	5	4	4	22
76	4	4	3	4	4	19	5	5	4	4	5	23	4	4	4	4	4	20
77	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20
78	5	4	5	5	5	24	5	4	4	3	3	19	4	4	4	5	4	21
79	2	3	4	5	5	19	4	4	4	4	4	20	4	5	4	3	3	19

80	5	4	5	5	5	24	5	4	4	3	3	19	4	4	4	5	4	21
81	5	4	3	3	5	20	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20
82	5	4	3	3	5	20	4	4	4	5	5	22	5	4	4	5	4	22
83	4	4	4	4	4	20	5	5	4	3	5	22	4	4	4	4	4	20
84	3	4	4	3	3	17	5	5	4	3	5	22	5	5	3	4	4	21
85	4	3	4	4	4	19	5	5	4	3	5	22	5	5	4	4	3	21
86	5	5	5	4	4	23	4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	4	19
87	3	3	3	4	4	17	4	3	3	2	5	17	4	5	3	3	3	18
88	4	4	4	5	5	22	5	5	3	4	4	21	4	4	4	4	4	20
89	3	4	4	4	4	19	5	5	3	3	4	20	4	5	4	3	4	20
90	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21	5	5	4	4	4	22
91	4	4	4	5	5	22	5	5	5	4	3	22	4	4	5	5	5	23
92	5	5	5	5	5	25	5	3	3	3	3	17	4	4	3	4	4	19
93	4	4	4	4	4	20	5	3	3	3	3	17	4	4	4	4	4	20
94	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
95	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	4	5	5	5	5	24
96	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
97	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
98	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
99	3	3	5	5	5	21	5	3	3	3	4	18	4	4	3	3	3	17
100	5	5	4	4	5	23	5	4	5	5	5	24	4	5	5	4	5	23
101	5	4	5	4	4	22	5	5	3	5	4	22	4	4	4	3	4	19
102	4	4	4	4	5	21	4	5	4	5	5	23	4	5	4	4	4	21
103	4	4	4	5	5	22	4	5	4	5	5	23	5	4	5	4	4	22
104	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
105	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	5	21
106	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
107	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	5	23	5	5	4	4	4	22
108	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
109	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	5	24	5	5	4	5	4	23
110	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	5	23	5	5	4	4	4	22
111	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
112	4	4	4	3	4	19	5	3	3	4	4	19	4	4	4	4	3	19
113	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
114	3	4	4	4	4	19	3	3	3	4	3	16	4	5	2	4	3	18
115	5	4	4	4	4	21	4	3	4	4	5	20	4	4	3	3	3	17
116	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15
117	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
118	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
119	5	5	5	4	4	23	4	3	5	4	5	21	4	4	4	4	4	20
120	4	4	4	4	4	20	4	4	3	5	5	21	5	5	4	4	4	22

121	4	3	3	3	3	16	3	4	4	3	4	18	3	4	4	3	3	17
122	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	3	16	4	3	3	4	5	19
123	5	5	4	4	4	22	4	3	3	4	4	18	4	5	4	3	4	20
124	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
125	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
126	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	5	21
127	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	5	23	5	5	4	4	4	22
128	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	4	22
129	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20
130	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
131	3	4	3	4	4	18	5	4	4	4	3	20	4	4	4	4	3	19
132	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	4	4	3	4	4	19
133	5	5	4	4	5	23	4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20
134	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	4	20
135	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
136	4	4	4	4	4	20	5	3	3	3	5	19	4	4	3	4	4	19
137	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25
138	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
139	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20
140	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
141	4	4	5	5	4	22	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20

No	Invasi Produk (Y1)										Y1.2	
	Y1.1					Y1.1	Y1.2					
1	4	5	5	4	4	22	3	4	4	5	5	21
2	4	4	5	5	4	22	4	3	5	4	5	21
3	4	4	3	5	3	19	3	3	5	5	5	21
4	5	4	4	4	5	22	5	5	5	4	5	24
5	4	5	4	5	3	21	4	4	3	5	3	19
6	5	4	3	5	4	21	5	4	3	4	5	21
7	5	5	5	4	4	23	3	3	5	5	5	21
8	5	4	4	4	4	21	3	4	5	4	4	20
9	5	3	5	3	3	19	4	4	5	4	4	21
10	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	4	24
11	5	5	5	4	4	23	3	3	5	2	5	18
12	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
13	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
14	5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	4	23
15	5	5	5	5	5	25	4	3	5	5	5	22
16	5	3	5	5	5	23	5	3	5	5	5	23
17	4	5	5	5	4	23	5	5	5	5	5	25
18	5	5	5	5	5	25	4	4	5	3	5	21
19	4	4	4	5	5	22	4	4	5	4	4	21
20	3	3	5	5	5	21	5	5	5	3	5	23
21	5	4	5	4	4	22	5	3	5	4	5	22
22	4	4	3	2	4	17	4	3	3	4	2	16
23	4	4	3	2	2	15	4	4	3	4	4	19
24	4	4	3	4	4	19	5	4	4	3	4	20
25	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
26	4	3	2	3	4	16	3	4	5	4	4	20
27	4	4	4	4	3	19	4	3	3	4	4	18
28	5	4	4	5	3	21	4	4	3	4	5	20
29	4	3	4	4	4	19	4	3	4	3	5	19
30	4	4	5	3	3	19	4	4	4	5	3	20
31	4	4	3	4	4	19	5	4	3	4	4	20
32	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20
33	4	3	4	4	3	18	4	4	3	4	4	19
34	4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	3	18
35	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
38	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25

39	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
40	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
41	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
42	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
43	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
44	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
46	5	5	4	3	5	22	5	4	4	5	5	23
47	5	5	5	4	4	23	3	3	4	4	4	18
48	5	5	4	4	3	21	5	4	4	4	5	22
49	5	5	4	3	5	22	4	5	5	4	3	21
50	5	5	4	5	4	23	4	4	4	5	5	22
51	4	4	5	4	4	21	3	3	5	5	5	21
52	4	4	3	5	5	21	4	4	4	3	3	18
53	4	4	4	4	4	20	3	3	5	5	4	20
54	3	3	4	4	4	18	5	5	5	3	3	21
55	4	4	4	5	5	22	3	3	4	4	4	18
56	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20
57	4	3	5	4	4	20	4	3	4	4	4	19
58	4	5	4	4	4	21	3	5	4	4	4	20
59	4	3	5	4	4	20	4	3	5	4	4	20
60	4	3	2	2	4	15	4	5	5	4	4	22
61	4	3	2	2	2	13	3	4	4	4	4	19
62	4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	3	18
63	4	3	5	4	4	20	4	4	3	4	4	19
64	4	4	4	3	2	17	4	4	5	5	4	22
65	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20
66	4	5	4	5	4	22	3	3	4	4	3	17
67	4	4	3	3	4	18	4	5	5	4	4	22
68	5	5	4	4	4	22	4	4	5	5	5	23
69	5	5	5	4	4	23	4	4	3	2	2	15
70	3	3	4	4	4	18	5	5	5	3	3	21
71	5	5	5	4	4	23	4	4	5	5	5	23
72	5	5	5	5	5	25	4	3	3	3	2	15
73	5	5	5	4	4	23	4	4	3	3	3	17
74	5	5	3	3	4	20	5	5	4	4	4	22
75	4	4	5	4	5	22	4	4	5	5	5	23
76	5	4	4	5	5	23	4	4	4	4	4	20
77	5	4	3	4	4	20	4	4	4	4	3	19
78	4	3	3	4	4	18	3	3	4	3	4	17
79	5	4	3	4	4	20	4	4	5	4	5	22

80	4	3	3	4	4	18	3	3	4	3	4	17
81	5	4	4	4	5	22	4	5	3	4	4	20
82	5	5	5	5	4	24	4	5	4	5	5	23
83	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	3	18
84	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	3	19
85	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	3	19
86	5	3	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
87	5	5	3	4	5	22	2	3	4	3	3	15
88	5	4	3	4	4	20	3	3	4	3	3	16
89	4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17
90	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20
91	4	5	5	5	5	24	4	4	4	4	5	21
92	5	3	3	4	4	19	3	3	4	4	4	18
93	5	3	3	4	4	19	3	3	4	4	4	18
94	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19
95	4	4	3	3	3	17	4	4	4	4	4	20
96	4	4	3	4	4	19	3	4	4	4	4	19
97	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
98	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15
99	4	3	3	4	3	17	2	3	4	4	5	18
100	4	4	5	4	3	20	5	5	4	4	5	23
101	4	4	5	4	5	22	5	5	4	5	4	23
102	4	4	5	5	4	22	5	5	4	5	4	23
103	5	5	4	5	4	23	4	4	4	5	4	21
104	4	4	4	4	4	20	2	4	3	3	3	15
105	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
106	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
107	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
108	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
109	5	4	4	4	5	22	4	4	5	4	4	21
110	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
111	4	4	4	4	4	20	5	5	3	4	5	22
112	3	3	4	2	5	17	5	3	5	2	4	19
113	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
114	4	3	4	4	4	19	4	4	3	4	4	19
115	4	3	4	5	5	21	3	3	4	4	3	17
116	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22
117	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22
118	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
119	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19
120	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19

121	4	3	2	4	4	17	4	4	4	4	4	20
122	4	4	3	2	3	16	4	3	2	4	5	18
123	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	3	19
124	4	4	4	4	3	19	4	4	5	5	5	23
125	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
126	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20
127	4	4	4	4	4	20	5	5	4	5	4	23
128	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	3	19
129	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
130	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	5	23
131	4	4	3	2	4	17	4	4	4	4	4	20
132	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19
133	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
134	4	4	5	4	4	21	5	4	4	5	4	22
135	5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	4	20
136	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	3	21
137	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	5	21
138	4	5	4	5	5	23	5	5	4	5	4	23
139	5	4	5	5	4	23	4	4	4	4	4	20
140	4	4	5	5	5	23	5	5	5	4	4	23
141	4	4	3	4	4	19	4	4	3	4	4	19

No	Kinerja Perusahaan (Y2)															Y2.3		
	Y2.1					Y2.1	Y2.2					Y2.2	Y2.3					
1	5	4	4	4	5	22	3	4	4	2	2	15	3	3	2	4	4	16
2	5	4	4	4	4	21	3	3	4	2	1	13	3	4	2	5	3	17
3	4	4	4	5	4	21	4	5	5	2	2	18	4	3	2	5	2	16
4	4	4	4	3	5	20	3	4	4	4	2	17	4	5	5	5	4	23
5	5	4	4	5	5	23	4	4	3	5	3	19	4	4	5	5	4	22
6	3	4	4	3	3	17	5	2	4	2	4	17	4	5	5	4	3	21
7	5	4	4	3	4	20	3	3	4	2	4	16	4	2	2	4	4	16
8	4	4	5	4	5	22	3	2	4	5	4	18	4	4	4	4	4	20
9	4	4	5	3	3	19	4	4	4	2	4	18	5	5	4	4	4	22
10	5	5	5	4	4	23	4	4	5	5	4	22	4	4	4	5	5	22
11	5	5	5	5	4	24	4	4	5	4	4	21	5	5	4	5	5	24
12	5	5	4	4	5	23	3	3	5	5	4	20	3	4	4	5	5	21
13	5	5	4	5	5	24	4	4	4	5	4	21	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	4	4	23	4	4	3	4	5	20	5	4	4	5	5	23
15	5	4	4	4	4	21	3	3	5	4	4	19	2	2	2	5	5	16
16	5	3	5	5	5	23	3	3	5	4	5	20	5	5	5	5	5	25
17	4	4	5	5	5	23	4	3	4	4	5	20	5	5	5	5	5	25
18	5	5	5	5	5	25	3	3	5	3	2	16	5	5	2	5	5	22
19	4	4	4	5	5	22	2	2	5	2	2	13	2	2	2	5	5	16
20	5	4	4	5	5	23	3	3	5	5	5	21	3	2	2	5	5	17
21	5	5	5	5	4	24	5	4	5	5	5	24	4	5	5	5	4	23
22	4	3	4	2	4	17	4	3	2	4	3	16	4	3	4	4	4	19
23	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	2	17
24	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	20	3	4	5	4	4	20
25	4	4	4	3	3	18	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
26	5	4	5	4	4	22	5	3	4	4	3	19	4	3	4	4	4	19
27	4	5	4	3	4	20	4	4	3	5	5	21	4	3	3	4	3	17
28	4	5	4	4	4	21	5	5	4	4	3	21	4	3	4	4	4	19
29	4	4	3	5	5	21	4	4	4	3	4	19	3	4	4	3	5	19
30	4	3	4	4	5	20	4	3	4	4	4	19	4	3	5	5	4	21
31	4	3	3	4	5	19	4	4	5	3	4	20	4	5	4	3	4	20
32	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	3	17	4	3	4	3	4	18
33	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	4	19	4	3	4	3	4	18
34	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
35	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
38	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	2	20	5	5	5	5	5	25

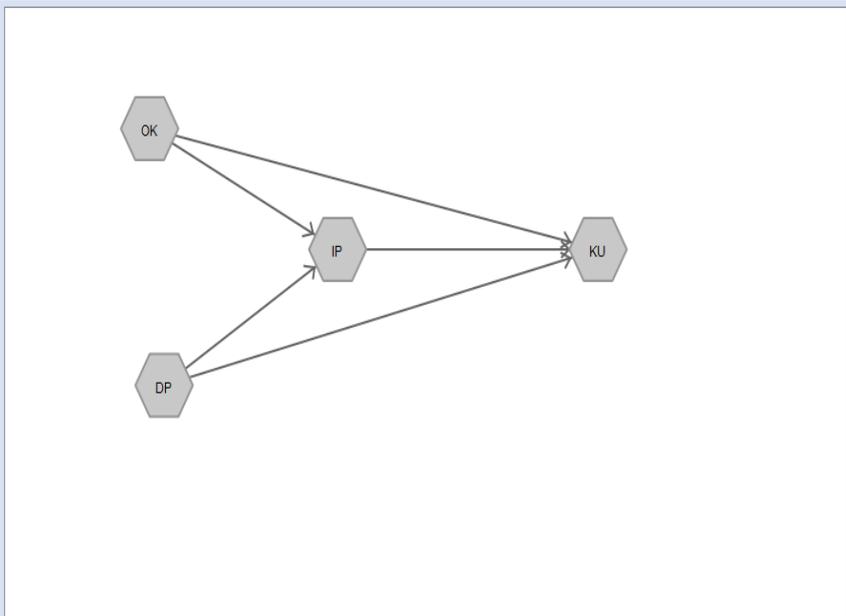
39	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
41	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	2	20	5	5	5	5	5	25
43	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
44	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
45	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
46	5	5	4	4	4	22	5	5	3	4	4	21	4	5	4	4	4	21
47	5	5	5	4	4	23	4	4	3	5	5	21	5	5	4	4	3	21
48	4	4	5	3	4	20	5	5	3	4	4	21	5	4	4	4	3	20
49	5	5	5	4	5	24	4	4	5	3	3	19	5	5	5	4	4	23
50	2	3	3	4	3	15	5	5	4	4	5	23	5	5	4	4	4	22
51	5	5	4	4	4	22	3	3	4	5	5	20	4	4	5	4	4	21
52	5	5	4	3	3	20	5	5	4	4	4	22	5	3	3	4	5	20
53	5	5	4	5	5	24	3	3	3	5	4	18	5	5	4	3	3	20
54	5	5	5	4	4	23	3	4	4	5	5	21	5	5	5	5	5	25
55	4	4	5	5	4	22	4	4	5	5	4	22	5	5	5	5	5	25
56	4	5	4	3	4	20	4	5	4	3	3	19	4	4	3	4	3	18
57	4	5	4	3	3	19	4	4	4	4	3	19	5	5	4	4	3	21
58	4	4	5	3	4	20	4	3	5	5	4	21	4	4	3	3	5	19
59	4	3	4	5	5	21	4	4	3	4	5	20	4	4	4	4	4	20
60	4	4	5	3	3	19	4	4	3	4	4	19	3	3	3	4	4	17
61	4	3	4	5	5	21	4	3	4	4	4	19	4	3	3	3	3	16
62	4	5	3	3	4	19	4	4	3	5	4	20	4	4	4	4	5	21
63	4	4	3	5	5	21	4	4	4	3	4	19	4	4	5	5	5	23
64	4	4	3	3	3	17	4	4	4	3	4	19	4	3	3	4	4	18
65	4	3	3	4	4	18	4	5	5	5	5	24	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	3	2	17	4	5	5	3	4	21	4	4	4	4	4	20
67	4	5	4	4	4	21	4	3	3	5	5	20	4	4	4	4	3	19
68	5	4	4	4	3	20	5	3	3	2	2	15	4	4	5	5	5	23
69	5	5	4	4	4	22	5	5	5	4	4	23	5	5	4	4	5	23
70	4	4	3	3	3	17	5	3	4	4	4	20	5	5	5	4	4	23
71	3	3	3	4	5	18	4	4	4	5	5	22	4	4	5	4	4	21
72	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	4	22	5	5	5	3	3	21
73	5	5	5	4	4	23	3	3	5	5	5	21	4	4	4	4	4	20
74	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
75	5	4	3	3	4	19	5	5	4	5	4	23	5	4	3	3	4	19
76	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19
77	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	3	19	3	4	4	3	3	17
78	4	4	5	3	3	19	3	4	4	5	5	21	3	4	4	5	4	20
79	4	4	5	4	4	21	5	3	3	4	4	19	3	4	5	5	5	22

80	4	4	5	3	3	19	3	4	4	5	5	21	3	4	4	5	4	20
81	5	4	4	3	4	20	4	4	4	5	5	22	3	5	4	4	4	20
82	5	5	4	4	4	22	5	4	3	4	5	21	5	5	5	5	5	25
83	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
84	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	4	19	4	3	3	4	4	18
85	4	4	3	3	4	18	4	3	3	5	3	18	3	4	3	4	3	17
86	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
87	4	4	3	4	5	20	2	3	3	3	4	15	3	3	2	2	2	12
88	3	3	4	4	4	18	3	3	3	4	4	17	3	3	3	4	3	16
89	3	4	4	4	4	19	3	3	4	4	3	17	3	3	3	4	3	16
90	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
91	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	2	17	4	4	5	4	4	21
92	4	5	3	4	4	20	4	3	5	4	3	19	4	3	3	4	4	18
93	3	4	3	4	4	18	4	3	5	4	3	19	4	3	3	4	4	18
94	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	3	17	4	4	4	4	4	20
95	3	4	4	4	4	19	4	4	3	4	2	17	4	4	4	4	4	20
96	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
97	2	3	3	3	3	14	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20
98	3	3	3	3	3	15	4	4	3	4	2	17	4	4	4	4	4	20
99	4	4	2	4	4	18	3	3	3	4	5	18	4	2	2	4	2	14
100	4	4	4	5	4	21	5	5	4	5	4	23	5	5	4	5	4	23
101	4	4	5	4	4	21	4	4	5	5	4	22	4	5	5	4	5	23
102	4	4	5	5	4	22	5	5	4	5	5	24	4	5	5	4	5	23
103	5	5	4	5	5	24	4	4	5	5	5	23	5	5	3	4	4	21
104	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
105	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
106	5	5	3	3	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
107	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20
108	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	2	15	4	4	4	4	4	20
109	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19
110	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
111	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	2	16	4	4	4	4	4	20
112	5	3	3	5	2	18	2	4	3	4	5	18	5	3	5	3	4	20
113	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
114	4	3	4	3	5	19	3	3	4	4	2	16	3	4	3	3	4	17
115	4	4	3	3	4	18	4	3	4	4	3	18	4	5	4	4	4	21
116	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	1	14	4	4	4	4	4	20
117	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	2	15	4	4	4	4	4	20
118	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	2	14	4	4	4	4	4	20
119	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	3	21	4	4	4	4	4	20
120	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20

121	5	4	4	4	4	21	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
122	4	4	4	3	5	20	2	3	4	4	2	15	5	4	4	2	3	18
123	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
124	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
125	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
126	5	5	5	4	4	23	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
127	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
128	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
129	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
130	4	5	5	5	4	23	5	5	5	5	4	24	5	5	4	4	4	22
131	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	2	3	3	4	4	16
132	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
133	4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20	5	4	5	5	5	24
134	5	4	5	4	5	23	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20
135	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
136	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4	22
137	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	4	22
138	4	3	4	5	4	20	4	4	4	4	5	21	4	4	4	5	5	22
139	4	4	4	4	5	21	4	4	5	5	5	23	4	4	4	4	4	20
140	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	4	24	4	4	5	4	4	21
141	4	4	4	3	3	18	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20



- Add Component
 - Add Path
 - Move Individually
 - Delete
 - Undo
 - Move All
 - Zoom In
 - Zoom Out
 - Hold
- 



Construct Specification

- OK
 - X11
 - X12
 - X13
 - X14
 - X15
- DP
 - X21
 - X22
 - X23
- IP
 - Y11
 - Y12
- KU
 - Y21
 - Y22
 - Y23

1

⊞ + - ▲ ▼

=====
Model Number : 1

Analysis Type : Basic GSCA / Single group
Execution Date : Thu Feb 16 12:40:16 2023
Number of bootstrap samples : 100

The ALS algorithm converged in 5 iterations (Convergence criterion = 0.0001)

Elapsed time for original sample: 0 minute(s) 0.01 second(s)
Average elapsed time per bootstrap sample: 0 minute(s) 0.00 second(s)
Total elapsed time: 0 minute(s) 0.18 second(s)
=====

Model fit measures

FIT	AFIT	FITs	FITm	GFI	SRMR	OPE	OPEs	OPEm
0.443	0.433	0.146	0.534	0.945	0.086	0.569	0.881	0.473

Weights

	Estimate	SE	95%CI	
OK				
X11	0.331	0.038	0.264	0.415
X12	0.286	0.04	0.214	0.37
X13	0.344	0.031	0.292	0.411
X14	0.34	0.037	0.255	0.402
X15	0.224	0.046	0.117	0.307
DP				
X21	0.431	0.033	0.369	0.506
X22	0.452	0.034	0.394	0.519
X23	0.402	0.035	0.337	0.478
IP				
Y11	0.704	0.062	0.599	0.841
Y12	0.547	0.051	0.435	0.651
KU				
Y21	0.419	0.051	0.303	0.507
Y22	0.388	0.046	0.315	0.479
Y23	0.532	0.053	0.419	0.619

Loadings

	Estimate	SE	95%CI	
OK				
X11	0.8	0.043	0.729	0.875
X12	0.658	0.064	0.536	0.759
X13	0.778	0.038	0.705	0.844
X14	0.787	0.06	0.624	0.863
X15	0.509	0.102	0.295	0.71
DP				
X21	0.798	0.043	0.675	0.864
X22	0.8	0.038	0.725	0.868
X23	0.733	0.058	0.61	0.825
IP				
Y11	0.85	0.032	0.77	0.904
Y12	0.734	0.072	0.553	0.837
KU				
Y21	0.687	0.085	0.425	0.814
Y22	0.723	0.048	0.629	0.818
Y23	0.811	0.04	0.722	0.879

Path coefficients

	Estimate	SE	95%CI	
OK→IP	0.346	0.09	0.188	0.512
DP→IP	0.263	0.087	0.078	0.426
OK→KU	0.252	0.112	0.003	0.468
DP→KU	0.101	0.106	-0.127	0.268
IP→KU	0.355	0.087	0.17	0.504

Component correlations

	OK	DP	IP	KU
OK	1.0	0.374	0.444	0.447
DP	0.374	1.0	0.392	0.334
IP	0.444	0.392	1.0	0.507
KU	0.447	0.334	0.507	1.0

PERHITUNGAN AVE DAN C-R

1. Evaluasi model pengukuran variabel Orientasi Kewirausahaan

Orientasi Kewirausahaan	λ	λ^2	$(1-\lambda^2)$	AVE	CR
X1.1	0,8	0,64	0,36	0,51134	0,836221
X1.2	0,658	0,432964	0,567036		
X1.3	0,778	0,605284	0,394716		
X1.4	0,787	0,619369	0,380631		
X1.5	0,509	0,259081	0,740919		
Σ Jumlah	3,532	2,556698	2,443302		

Keterangan :

$$AVE = \frac{\Sigma \lambda_i^2}{(\Sigma \lambda_i^2 + \Sigma (1 - \lambda_i^2))}$$

$$CR = \frac{(\Sigma \lambda_i)^2}{((\Sigma \lambda_i)^2 + \Sigma (1 - \lambda_i^2))}$$

2. Evaluasi model pengukuran variabel dukungan pemerintah

Dukungan Pemerintah	λ	λ^2	$(1-\lambda^2)$	AVE	CR
X2.1	0,798	0,636804	0,363196	0,604698	0,820846
X2.2	0,8	0,64	0,36		
X2.3	0,733	0,537289	0,462711		
Σ Jumlah	2,331	1,814093	1,185907		

3. Evaluasi model pengukuran variabel inovasi produk

Inovasi Produk	λ	λ^2	$(1-\lambda^2)$	AVE	CR
Y1.1	0,85	0,7225	0,2775	0,630628	0,77254
Y1.2	0,734	0,538756	0,461244		
Σ Jumlah	1,584	1,261256	0,738744		

4. Evaluasi model pengukuran variabel kinerja UKM

Kinerja UKM	λ	λ^2	$(1-\lambda^2)$	AVE	CR
Y2.1	0,687	0,47196 9	0,52803 1	0,55080 6	0,78543 1
Y2.2	0,723	0,52272 9	0,47727 1		
Y2.3	0,811	0,65772 1	0,34227 9		
Σ Jumlah	2,221	1,65241 9	1,34758 1		

Diketahui semua nilai koefisien construct reliability (CR) > 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen yang bersangkutan dinyatakan reliabel.