

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh inovasi produk, inovasi proses dan inovasi pemasaran terhadap kinerja operasi UKM songkok di Kabupaten Gresik. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, yang terdiri dari 78 UKM songkok di Kabupaten Gresik. Dari 78 UKM hanya 76 UKM yang dijadikan sebagai objek penelitian, karena sebanyak 2 UKM tidak memenuhi syarat pengujian. Hipotesis diuji dengan regresi linier berganda menggunakan program SPSS 17. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari inovasi produk, inovasi proses dan inovasi pemasaran secara simultan terhadap kinerja operasi dan pengaruh yang signifikan antara inovasi produk dan inovasi proses secara parsial terhadap kinerja operasi. Hanya Inovasi pemasaran tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja operasi pada UKM songkok di Kabupaten Gresik. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji regresi linier berganda secara simultan (uji-F) dimana F hitung (12,939) > F tabel (2,732) dan berdasarkan uji signifikan secara parsial (uji-t) dari variabel inovasi produk thitung (2,393) > ttabel (1,992), variabel inovasi proses menghasilkan thitung (2,762) > ttabel (1,992) dan variabel inovasi pemasaran menghasilkan thitung (0,084) > ttabel (1,992). Nilai R square (R^2) sebesar 0,350 berarti 35% variabel kinerja operasi dapat dijelaskan oleh variabel inovasi produk, inovasi proses dan inovasi pemasaran. Sedangkan sisannya 65% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini seperti variabel strategi inovasi lainnya.

KATA KUNCI: Usaha kecil dan Menengah, Inovasi Produk, Inovasi Proses, Inovasi Pemasaran, Kinerja Operasi.

ABSTRACT

This study examined the effect of product innovation, process innovation and marketing innovation on operation performance of songkok small medium enterprises in Gresik. Data was collected through questionnaires, It consist of 78 SMEs songkok in Gresik. It is only used 76 from 78 SMEs as study object, because 2 SMEs could not fullfill examination requirements. The hypothesis was examined with multiple linear regression by using SPSS 17. The result of this research showed that contains the significant effect of product innovation, process innovation, and marketing innovation by simultaneous against of performance operation and significant effect between product innovation and process innovation with partial against of operation performance. Only marketing innovation did not effect significantly on the operation performance of songkok small medium enterprises in Gresik. This can be seen from the results of simultaneous test in Multiple linier regression (F-test), which F value (12,939) > F table (2,732). And based on the partial significant test (t-test) of the variable innovation product is t value (2, 393) > t table (1, 992), variable of process innovation produces t value (2, 762) > t table (1, 992) and variable of marketing innovation produces t value (0, 084) < t table (1,992). R square value of 0,350 means that 35% of performance operation variable can be explained by variable of product innovation, process innovation and marketing innovation. While for 65% can be explained by the other variables which is not examined by this research is like the other variables of strategy innovation.

KEYWORD: *Small and Medium Enterprises, Product Innovation, Process Innovation, Marketing Innovation, Operation Performance.*