

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Perak di Yogyakarta

Irvano Farhan^{a)}, Mochamad Nasito

*Department of Management, Faculty of Business and Economics
Universitas Islam Indonesia, Sleman, Special Region of Yogyakarta
Indonesia*

^{a)}Corresponding author: 16311037@students.uii.ac.id

ABSTRAK

Persaingan dalam dunia bisnis modern semakin ketat dan kompleks. Setiap perusahaan harus selalu memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang diinginkan konsumen saat ini, serta perubahan yang terjadi agar dapat bersaing dengan pesaing lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi inkremental terhadap keunggulan bersaing pada UKM Perak di Yogyakarta, Untuk mengetahui pengaruh inovasi radikal terhadap keunggulan bersaing pada UKM Perak di Yogyakarta, dan Untuk mengetahui pengaruh inovasi inkremental dan inovasi radikal secara simultan terhadap keunggulan bersaing pada UKM Perak di Yogyakarta. Sampel yang diambil adalah sebagian wirausahawan perak di Kota Yogyakarta. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu minimal 96 wirausahawan perak di Kota Yogyakarta. Metode pengujian dan analisis data menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi incremental memiliki pengaruh signifikan pada keunggulan bersaing pada UKM Perak di Kota Yogyakarta, inovasi radikal memiliki pengaruh signifikan pada keunggulan bersaing pada UKM Perak di Kota Yogyakarta, serta inovasi *incremental* dan inovasi radikal memiliki pengaruh secara simultan pada keunggulan bersaing pada UKM Perak di Kota Yogyakarta.

Kata kunci: inovasi produk, keunggulan bersaing, UKM Perak

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis modern semakin ketat dan kompleks. Setiap perusahaan harus selalu memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang diinginkan konsumen saat ini, serta perubahan yang terjadi agar dapat bersaing dengan pesaing lainnya. Karena di dunia ini tidak mungkin tanpa persaingan, setiap orang menginginkan sesuatu yang lebih baik dan lebih baik. Begitu pula dengan banyaknya persaingan dari perusahaan kecil dan menengah, maka perusahaan kecil dan menengah harus kompetitif. Berbagai jenis produk yang dihasilkan oleh UKM berkualitas tinggi. Ini karena keinginan mereka untuk bersaing di pasar. Perdagangan perak dipilih sebagai subjek penelitian ini karena perdagangan perak merupakan sektor industri yang menjadi tulang punggung pasar domestik dan ekspor.



Situasi pasar yang masih sangat berpeluang besar bagi perak Yogyakarta untuk memasuki pasar ekspor dan kebutuhan dalam negeri. Yogyakarta memiliki banyak kerajinan yang populer, di antaranya batik, kulit, dan tembikar (kasungan), yang paling terkenal adalah perak. Sebagai salah satu kota tempat berkembangnya kerajinan perak di Indonesia, pemakaian perak di Yogyakarta sudah menjadi budaya yang sampai sekarang masih konsisten. Dahulu kala ada banyak perajin perak yang memberikan pekerjaan kepada masyarakat agar rakyatnya bisa sejahtera. Salah satunya adalah menciptakan bisnis yang menguntungkan, setelah itu pengusaha membuat perusahaan yang produknya diharapkan dapat dikenal masyarakat luas dan dapat menghasilkan banyak produk.

Perusahaan adalah organisasi atau kelompok yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia karena dapat menjamin kesejahteraan masyarakat yang hidup dalam kemiskinan dan pengangguran. Bukan berarti perekonomian Indonesia yang kita lihat saat ini di atas rata-rata, dan masih sulit bagi sejumlah perusahaan dan pengusaha di Indonesia untuk mengembangkan usahanya sendiri. Banyak perusahaan atau pengusaha merasa sulit untuk tetap lesu. Faktanya, banyak faktor yang menyebabkan perusahaan perak tidak berkembang atau stagnan, bahkan jatuh, karena perusahaan tidak dapat mengatasinya atau tidak mengetahui bahwa ada sesuatu yang salah dengan setiap struktur yang ada di perusahaan.

Kondisi persaingan pasar yang kompetitif menjadi aspek yang tidak lepas dari perhatian, mereka harus saling bersaing untuk mampu menjadi yang diminati pasar, belum lagi harus bersaing dengan perusahaan besar. Agar mampu bertahan di pasar, UKM harus melakukan inovasi terkait produknya dengan memahami keinginan dari konsumen. Dengan menerapkan hal tersebut diharapkan UKM perak mampu bersaing dan memiliki produk yang unggul dibandingkan pesaingnya. Keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan (Dewi, 2006). Keunggulan bersaing merupakan konsep yang dapat dilihat dari ketepatan perusahaan dalam menyediakan produk di pasar dan respon terhadap keluhan konsumen seperti kualitas produk, kebutuhan konsumen, penguasaan pasar baru serta adanya inovasi produk secara terus menerus (Aditya, 2004). Keunggulan bersaing juga merupakan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai unggul guna menghadapi persaingan dan kemampuan sebuah bisnis untuk mencapai profit yang abnormal dalam persaingan industri melalui strategi penciptaan nilai.

Banyak pengrajin perak di Kota Yogyakarta menyatakan bahwa perusahaannya akan berjalan lancar dan dapat bertahan sampai puluhan tahun ke depan. Perusahaannya menyatakan hal-hal tersebut karena yang dilihat dari lingkungannya yang mana Kota Yogyakarta merupakan salah satu Kota yg memiliki industri perak di Indonesia. Padahal diluar Kota Yogyakarta banyak yang lebih bagus dari segi produksi, kualitas bahan, kualitas warna, desain motif peraknya yang lebih beragam. Hal tersebut menyebabkan banyak perusahaan atau wirausahawan yang perlu diberi pemahaman inovasi supaya perusahaan UKM perak di Kota Yogyakarta lebih bisa melihat perkembangan lingkungan dan dapat melakukan inovasi supaya pengrajin perak di Yogyakarta dapat berkembang dengan pesat dan memiliki keunggulan bersaing. Sehingga peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Perak di Yogyakarta”.

KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Inovasi

Inovasi didefinisikan sebagai proses mental yang mengarah pada penciptaan fenomena baru; Fenomena ini mungkin merupakan produk material atau spiritual baru, (layanan baru atau teknik baru). Sebenarnya, inovasi adalah analisis atau kombinasi dari beberapa konsep dan menciptakan pemikiran dan konsep baru yang sebelumnya tidak tersedia (Kao, 2001).

Inovasi dikenal sebagai faktor penting bagi perusahaan untuk menciptakan nilai dan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam lingkungan yang sangat kompleks dan dinamis saat ini (Ranjit, 2004). Inovasi adalah topik yang menarik bagi banyak akademisi dan manajer karena ditemukan bahwa itu dapat secara kuat menambah mewujudkan keunggulan kompetitif (Tellis *et al.*, 2009).

Aspek-aspek Inovasi Produk:

Aspek-aspek inovasi produk (Ojasalo, 2008):

- a. Inovasi inkremental (*incremental innovation*) adalah inovasi yang mengacu pada perluasan signifikan karakteristik produk dengan adaptasi asli dari teknologi yang tersedia tidak memerlukan R&D (Ojasalo, 2008). Menurut Ojasalo (2008), indikator inovasi inkremental meliputi:
 1. Meningkatkan pekerjaan teknologi yang ada.
 2. Metode untuk meningkatkan teknologi berskala kecil dan bernilai tambah.
 3. Perbaikan kecil pada produk yang sudah ada.
 4. Perbaikan kecil pada proses bisnis yang ada.
- b. Inovasi radikal adalah inovasi yang memperkenalkan konsep baru yang berbeda secara signifikan dari praktik sebelumnya dan membantu menciptakan produk atau proses berdasarkan metode atau prinsip ilmiah yang berbeda, dan sering kali membuka pasar baru atau hasil dari suatu produk atau layanan. Metode/metode yang benar-benar baru. Inovasi radikal adalah suatu inovasi yang sangat berbeda dan baru sebagai solusi utama dalam sebuah industri. Inovasi radikal adalah inovasi dengan melakukan perubahan secara keseluruhan baik komponen maupun sistem yang ada. Inovasi secara radikal jarang ditemukan di lapangan (Ojasalo, 2008). Indikator inovasi radikal meliputi:
 1. Pembuatan produk didasarkan pada berbagai teknologi keadilan interaktif.
 2. Pembentukan proses didasarkan pada berbagai metode keadilan interaktif.
 3. Penciptaan produk didasarkan pada prinsip-prinsip ilmiah dan seringkali membuka pasar baru.
 4. Perancangan proses didasarkan pada prinsip-prinsip ilmiah dan seringkali membuka pasar baru.
 5. Pembuatan produk didasarkan pada hasil produk atau layanan yang dihasilkan dari metode / metode yang sama sekali baru.
 6. Pembentukan proses berdasarkan hasil produk atau layanan, yang semuanya merupakan hasil dari metode / metode baru.

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan perusahaan Bharadwaj *et al.* dalam Dewi (2006). Sedangkan menurut Porter dalam Suparyadi (2003) keunggulan bersaing tidak dapat dipahami dengan cara memandang suatu perusahaan, tetapi harus dari asal bersaing,

dilakukan berbagai perusahaan yang dirancang oleh perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, mencari dan mendukung produknya. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menciptakannya. Nilai atau manfaat inilah yang bersedia dibayar oleh pembeli, dan nilai yang unggul berasal dari penawaran harga yang lebih rendah ketimbang harga pesaing untuk manfaat setara atau penawaran manfaat unik yang melebihi harga yang ditawarkan (Porter, 1993).

Indikator Keunggulan Bersaing:

Li *et al.* (2006) mengukur keunggulan bersaing perusahaan dengan menggunakan indikator-indikator sebagai berikut:

a. Harga

Kotler (2005) mendefinisikan harga sebagai jumlah dari nilai yang dipertukarkan pelanggan untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga adalah suatu pengorbanan ekonomi yang dilakukan pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan barang maupun jasa.

b. Kualitas

Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing sebuah produk. Koufteros (1995) mendefinisikan kualitas adalah sebuah produk dapat dikatakan mampu bersaing di pasaran jika perusahaan mampu menawarkan produk dengan memberikan nilai/manfaat lebih kepada customer.

c. *Delivery Dependability*

Ketergantungan pengiriman digunakan untuk memantau kinerja pemasok dalam hal memberikan produk yang dibutuhkan oleh pelanggan tepat waktu, pesanan yang disampaikan lengkap dan dengan kualitas terbaik (Harrison and Van Hoek, 2008). Waktu pengiriman dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan, saat perusahaan tersebut mampu untuk mengurangi waktu pengiriman pesanan konsumen atau mengurangi waktu penyediaan jasa kepada konsumen.

d. Inovasi Produk

Menurut Suharto and Devie (2013) inovasi adalah konsep yang lebih luas yang membahas penerapan gagasan, produk atau proses yang baru. Inovasi merupakan hasil dari gagasan kreatif yang dimiliki perusahaan.

e. *Time to Market*

Time to market adalah sejauh mana sebuah organisasi mampu memperkenalkan /meluncurkan produk baru yang lebih cepat daripada pesaing-pesaing lainnya. *Time to market* merupakan dimensi yang penting dari keunggulan bersaing (Holweg, 2005).

Perumusan Hipotesis

Pengaruh Inovasi Inkremental terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Perak di Yogyakarta

Inovasi inkremental (*incremental innovation*) adalah memanfaatkan kapabilitas desain yang telah ditentukan sebelumnya dan seringkali memperkuat posisi dominan dalam kapabilitas perusahaan sehingga diharapkan keunggulan kompetitif perusahaan meningkat. Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis berikut:

H₁: Inovasi inkremental berpengaruh signifikan keunggulan bersaing pada UKM Perak di Yogyakarta.

Pengaruh Inovasi Radikal terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Perak di Yogyakarta

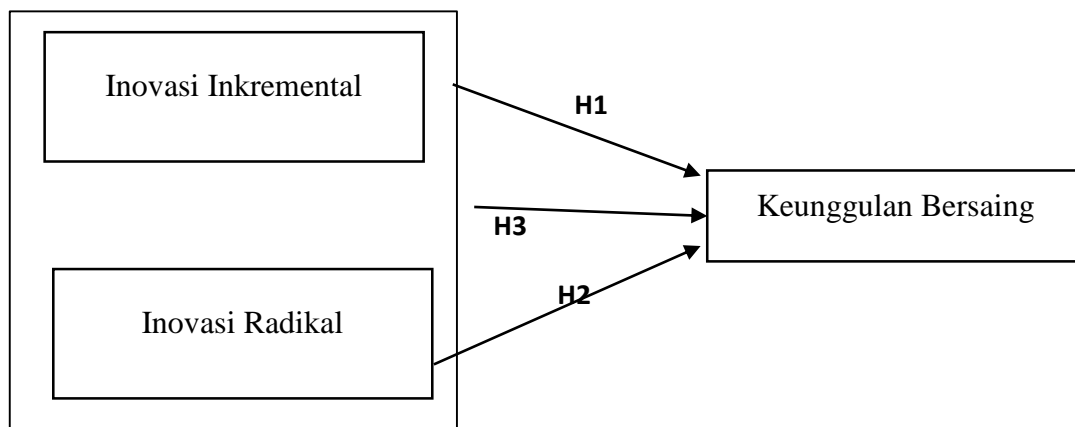
Inovasi radikal yaitu dapat dilakukan dengan skala besar yang dilakukan oleh para ahli dibidangnya dan biasanya dikelola oleh suatu departemen penelitian dan pengembangan. Inovasi radikal memberikan peningkatan yang signifikan dalam nilai atau nilai yang ditawarkan, serta orisinalitas ide-ide yang melatarbelakanginya. Perbedaan nilai inovasi ini bagi pemiliknya bisa sangat mengejutkan. Inovasi radikal akan segera mengarah pada inovasi inkremental dan berbagai jenis tiruan. Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis:

H₂: Inovasi radikal berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UKM Perak di Yogyakarta.

Pengaruh Inovasi Inkremental dan Inovasi Radikal terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Perak di Yogyakarta

Inovasi inkremental dirancang untuk memanfaatkan potensi desain yang telah ditentukan dan seringkali memperkuat dominasi kapabilitas perusahaan sehingga diharapkan keunggulan kompetitif perusahaan meningkat. Inovasi radikal, yang dapat diimplementasikan dalam skala besar, dilaksanakan oleh para ahli di bidangnya dan biasanya dikelola oleh departemen R&D. Inovasi radikal memberikan peningkatan yang signifikan dalam nilai atau nilai yang ditawarkan, serta orisinalitas ide-ide yang melatarbelakanginya. Perbedaan nilai inovasi ini bagi pemiliknya bisa sangat mengejutkan. Inovasi radikal akan segera mengarah pada inovasi inkremental dan berbagai jenis tiruan. Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis:

H₃: Inovasi inkremental dan inovasi radikal secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UKM perak di Yogyakarta.



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode survei yang merupakan proses pengumpulan data dan diambil langsung dari sumber asli yaitu pelaku UKM Perak di Yogyakarta dengan cara melakukan observasi dan wawancara kepada pelaku usaha UKM Perak. Dalam penelitian ini metode survei digunakan untuk memperoleh informasi mengenai inovasi inkremental dan radikal terhadap keunggulan bersaing dari UKM Perak di Yogyakarta. Lingkup objek penelitian yang ditetapkan sesuai dengan permasalahan yang diteliti adalah pengaruh inovasi inkremental dan radikal terhadap keunggulan bersaing. Adapun perusahaan yang akan dijadikan subjek penelitian adalah UKM Perak di Yogyakarta. Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel inovasi inkremental (X_1) inovasi radikal (X_2), dan keunggulan bersaing (Y).

Instrumen yang digunakan adalah kuesioner dengan skala likert skor 1-5. Sumber data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui hasil penyebaran kuesioner yang diberikan kepada pelaku UKM Perak di Yogyakarta, dengan kata lain informasi dalam penelitian ini diperoleh secara langsung oleh peneliti dari responden serta dari hasil observasi di lapangan. Data sekunder merupakan data pelengkap untuk data primer yang diperoleh dari catatan, laporan, dokumentasi pihak pelaku UKM Perak di Yogyakarta atau catatan pemerintah beserta jurnal-jurnal penelitian.

Tabel 1. Karakteristik Responden

<i>Demographic variables</i>	N	%
<i>Usia Responden</i>		
< 5 tahun	30	30.9
5-10 tahun	22	22.7
10-15 tahun	13	13.4
> 15 tahun	32	33.0
<i>Jumlah Karyawan</i>		
< 25 orang	21	21.6
25-40 orang	27	27.8
41-55 orang	20	20.6
> 55 orang	29	29.9
< 25 orang	21	21.6
<i>Jumlah Modal</i>		
< Rp. 50.000.000	35	36.1
Rp. 50.000.000 - Rp. 100.000.000	25	25.8
> Rp. 100.000.000	37	38.1

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha perak di Yogyakarta. Sampel merupakan bagian dari ukuran dan karakteristik populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah pengusaha perak dari Yogyakarta. Jumlah sampel dalam penelitian ini tidak kurang dari 96 perusahaan perak yang ada di kota Yogyakarta.

Rumus:

$$n=0,25(z/E)^2$$

$$n=0,25(1,96/0,1)^2$$

$$n=96.04 \text{ dibulatkan menjadi } 96$$

Keterangan:

n: Jumlah sampel

Z: Angka standar normal

E: *Standar error*

Dengan menggunakan tingkat skor 95% pada tabel distribusi normal yaitu 1,96, dan kesalahan estimasi atau standard error tidak lebih dari 10% yaitu 0,1, ukuran sampel minimum untuk penelitian ini adalah 96 UKM di Kota Yogyakarta.

Analisis regresi berganda digunakan untuk memprediksi pengaruh dua atau lebih variabel independen (variabel independen) terhadap satu variabel dependen (variabel dependen) atau untuk menunjukkan ada tidaknya hubungan fungsional antara dua atau lebih variabel independen (x) dan dependen. faktor variabel. Variabel (r) (Rahmawati *et al.*, 2015). Rumusnya sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y : Keunggulan Bersaing

α : Konstanta

β : Koefisien regresi

X1 : Inovasi Inkremental

X2 : Inovasi Radikal

e : *Standard error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang dibagikan kepada responden. Peneliti mengukur validitas dalam penelitian ini menggunakan bivariate pearson (*product moment pearson*) yakni teknik korelasi, dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor. Uji validitas dapat dikatakan valid apabila signifikan < 0,05 atau 5%. uji validitas ini menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistics* 21. Berikut adalah hasil uji validitas:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Sig.	Batas	Keterangan
Inovasi Inkremental (X ₁)	X1.1	0,000	0,05	Valid
	X1.2	0,000	0,05	Valid
	X1.3	0,000	0,05	Valid
	X1.4	0,000	0,05	Valid
Inovasi Radikal (X ₂)	X2.1	0,000	0,05	Valid
	X2.2	0,000	0,05	Valid
	X2.3	0,000	0,05	Valid
	X2.4	0,000	0,05	Valid
	X2.5	0,000	0,05	Valid
	X2.6	0,000	0,05	Valid

Variabel	Item	Sig.	Batas	Keterangan
Keunggulan Bersaing (Y)	Y1	0,000	0,05	Valid
	Y2	0,000	0,05	Valid
	Y3	0,000	0,05	Valid
	Y4	0,000	0,05	Valid
	Y5	0,000	0,05	Valid
	Y6	0,000	0,05	Valid
	Y7	0,000	0,05	Valid
	Y8	0,000	0,05	Valid
	Y9	0,001	0,05	Valid
	Y10	0,000	0,05	Valid
	Y11	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, dapat dikatakan seluruh item variabel bersifat valid sebab, masing-masing item memiliki nilai signifikan $< 0,05$ atau 5%

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Inovasi Inkremental (X1)	0,626	Reliabel
Inovasi Radikal (X2)	0,709	Reliabel
Keunggulan Bersaing (Y)	0,705	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2020)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa hasil *cronbach's alpha* adalah masing-masing variabel $> 0,6$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki item yang reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	97
Kolmogorov-Smirnov Z	,661
Asymp. Sig. (2-tailed)	,774

Sumber: Data Diolah (2020)

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa hasil signifikansi adalah sebesar 0,200 dan nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,774 > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa residual data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Inovasi Inkremental	,691	1,448
Inovasi Radikal	,691	1,448

Sumber: Data Diolah (2020)

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel diatas. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai VIF dari keseluruhan variabel dependen kurang dari 10 dan nilai toleransi menunjukkan lebih dari 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data didalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas dan layak untuk diuji ke tahapan selanjutnya.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
Inovasi Inkremental	,078
Inovasi Radikal	,152

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan hasil uji kovarian elastis pada tabel 6, signifikansi masing-masing variabel lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak terdapat kovariansi heterozigot, karena taraf signifikansi lebih besar dari 0,05.

Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian hipotesis dalam regresi linear berganda menggunakan uji hipotesis F simultan dan uji T parsial. Sementara kekuatan hubungan antar variabel independen dan variabel dependen ditentukan dengan koefisien determinasi. Model regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,542 + 0,303 X_1 + 0,339 X_2 + e$$

Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi pada variabel independen dan variabel dependen ditunjukkan pada tabel 7 dibawah ini:

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjust R Square	SE
1	,733 ^a	,537	,527	,22455

Sumber: Data Diolah (2020)

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai adjusted R Square sebesar 0,527. Hal ini berarti inovasi incremental dan inovasi radikal mampu menjelaskan keunggulan bersaing sebesar 52,7%, setelah disesuaikan terhadap sampel dan variabel independen. Sedangkan sisanya sebesar (100%–52,7=47,3%) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Uji T Parsial

Uji statistik T digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh masing-masing variabel independen dengan variabel dependen secara parsial dengan tingkat signifikansi 0.05. Berdasarkan hasil uji T parsial dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi inkremental (X_1), inovasi radikal (X_2) memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UKM Perak di Yogyakarta dengan demikian hipotesis H1 dan H2 diterima. Hasil uji T parsial secara rinci dirangkum dalam tabel 8:

Tabel 8. Hasil Uji T Parsial

<i>Model</i>	<i>B</i>	<i>SE</i>	<i>Beta</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
Inovasi Inkremental	,303	,068	,374	4,432	,000
Inovasi Radikal	,339	,063	,455	5,390	,000

Sumber: Data Diolah (2020)

Hasil dari pengujian hipotesis pertama adalah inovasi inkremental berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Hal ini dikarenakan pengaruh inovasi incremental terhadap keunggulan bersaing memiliki nilai t-hitung sebesar 4,432 dan nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,000. Nilai koefisien yang positif sebesar 0,303 juga mendukung bahwa inovasi inkremental berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

Hasil dari pengujian hipotesis kedua adalah inovasi radikal berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Hal ini dikarenakan pengaruh inovasi radikal terhadap keunggulan bersaing memiliki nilai t-hitung sebesar 5,390 dan nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,000. Nilai koefisien yang positif sebesar 0,339 juga mendukung bahwa inovasi radikal berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

Uji F Simultan

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel dependen yang dimasukkan dalam model analisis regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel independennya (Ghozali, 2018). Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai probabilitas lebih kecil 0,05 yaitu $p = 0,001$. Hasil uji F simultan dapat dilihat pada tabel 9 dibawah ini::

Tabel 9. Hasil Uji F Simultan

<i>Model</i>	<i>Df</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	2	54.506	.000 ^b

Sumber: Data Diolah (2020)

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 9 diperoleh F hitung sebesar 54,506 dan probabilitas sebesar 0,000. Karena sig F hitung $< 5\%$ ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan ada pengaruh secara simultan Inovasi Inkremental dan Inovasi Radikal terhadap Keunggulan Bersaing. Dengan demikian hipotesis 3 diterima.

Pengaruh Inovasi Inkremental terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Perak di Yogyakarta

Berdasarkan hasil penelitian terbukti bahwa variabel “*incremental innovation*” berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UKM perak di Yogyakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa dengan peningkatan inovasi inkremental, keunggulan kompetitif UKM perak di

Yogyakarta meningkat. Dengan demikian, Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa *incremental innovation* berpengaruh besar terhadap keunggulan bersaing perusahaan perak Yogyakarta, terkonfirmasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Suendro (2010) yang menyimpulkan pengaruh inovasi inkremental terhadap keunggulan bersaing pada industri kecil dan menengah Batik Pekalongan. Hal ini menunjukkan bahwa jika UKM Perak melakukan inovasi produk secara bertahap maka akan ada sesuatu yang unik dan berbeda yang akan meningkatkan keunggulan kompetitifnya.

Pengaruh Inovasi Radikal terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Perak di Yogyakarta

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel inovasi akar berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UKM perak di Yogyakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa jika inovasi radikal meningkat maka keunggulan kompetitif UKM perak Yogyakarta juga akan meningkat. Dengan demikian, Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa “inovasi radikal berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif perusahaan perak di Yogyakarta”, terkonfirmasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fatah (2012) yang menyimpulkan dampak inovasi radikal terhadap keunggulan bersaing UKM Batik Deden Tasikmalaya. Hal ini menunjukkan bahwa jika UKM Perak memperkenalkan inovasi yang radikal maka akan meningkatkan daya saingnya, terlebih jika inovasi radikal tersebut dapat diterapkan secara besar-besaran.

Pengaruh Inovasi Inkremental dan Inovasi Radikal terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Perak di Yogyakarta

Berdasarkan hasil penelitian, terlihat bahwa kedua variabel “*incremental innovation*” dan “inovasi radikal” secara bersamaan memiliki pengaruh yang besar terhadap keunggulan bersaing UKM perak di Yogyakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa jika *incremental innovation* dan radikal *innovation* meningkat secara bersamaan maka daya saing UKM perak di Yogyakarta juga akan meningkat. Dengan demikian, Hipotesis 3 menyatakan bahwa “inovasi inkremental simultan dan inovasi radikal berpengaruh besar terhadap keunggulan bersaing perusahaan perak di Yogyakarta”. Terbukti. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Merakati *et al.*, (2017), yang menyimpulkan dampak inovasi inkremental dan radikal terhadap keunggulan kompetitif UKM Batik Sentral Trusmi di Kabupaten Cirebon. Hal ini menandakan bahwa UKM Perak akan mendapatkan keuntungan dari inovasi inkremental dan radikal, yaitu keunggulan khususnya karena produknya yang unik dan terdiferensiasi, sehingga meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Karena proses inovasi itu sendiri akan sangat mempengaruhi keunggulan bersaing perusahaan. Setiap perusahaan akan memastikan untuk menilai pelanggannya terhadap hasil produknya, sehingga mereka dapat mengetahui kelebihan, kekurangan dan kemampuan masing-masing produk, sehingga dapat mengetahui apa yang harus dianalisis dari proses bisnis sebelumnya. Diharapkan setelah dilakukan evaluasi perusahaan antusias terhadap inovasi guna meningkatkan daya saing perusahaan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah kurang dari 100 responden. Bagi peneliti selanjutnya yang serupa disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih banyak agar hasil penelitian lebih akurat lagi serta menambah variabel penelitian yang dapat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UKM Perak di Yogyakarta.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Diharapkan pada UKM Perak di Yogyakarta untuk memahami dan mengetahui perubahan lingkungan bisnis yang terus berkembang hingga saat ini agar terus termotivasi untuk melakukan inovasi yang dapat meningkatkan keunggulan bersaing.

Bagi pengusaha perak di Yogyakarta perlu melakukan perbaikan lebih lanjut dalam tingkat inovasi radikal, yang, khususnya, tetap rendah (menengah), justru karena fakta bahwa perusahaan harus melakukan reformasi kecil. Peningkatan lini penjualan, peningkatan sumber daya manusia, dan peningkatan operasi penjualan Silver saat ini. Dengan demikian, daya saing pengusaha perak di Yogyakarta akan meningkat.

KESIMPULAN

Inovasi inkremental memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing UKM Perak di Yogyakarta. Dalam arti jika inovasi inkremental meningkat, maka keunggulan bersaing UKM Perak di Yogyakarta juga mengalami peningkatan. Inovasi radikal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing UKM Perak di Yogyakarta. Dalam arti jika inovasi radikal meningkat, maka keunggulan bersaing UKM Perak di Yogyakarta juga mengalami peningkatan. Inovasi inkremental dan inovasi radikal secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing UKM Perak di Yogyakarta. Dalam arti jika inovasi inkremental dan inovasi radikal meningkat, maka keunggulan bersaing UKM Perak di Yogyakarta juga mengalami peningkatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, H. (2004). Analisis Pengaruh Merk, Orientasi Strategik, Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada UKM Tanggulangin di Kota Sidoarjo), *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 3(3), pp. 309-324.
- Dewi, S. T. (2006). *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan)*. Tesis. Universitas Diponegoro Semarang.
- Fatah, A. V. A. (2013). *Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap keunggulan Bersaing (Survey pada UKM Batik Deden Tasikmalaya)*, Diploma thesis, Universitas Komputer Indonesia.
- Harrison A and van Hoek, R., (2008). *Logistics Management and Strategy* (3th edition), Harlow, England: Pearson Education.
- Holweg, M. (2005). An Investigation into Supplier Responsiveness, *International Journal of Logistics Management*, 16(1), pp. 96-119.
- Kao, J. J. (2001). *Entrepreneurship, Creativity and Organization: Text, Cases and Reading*. Englewood Cliffs, NJ: Harvard Business School Prentice Hall.
- Kotler, P. (2005). *Dasar- Dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi ke-9. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Koufteros, X. A. (1995). *Time-Based Manufacturing: Developing a Nomological Network of Constructs and Instrument Development*, Doctoral Dissertation. University of Toledo: OH. Harlow, England: Pearson Education, first published in 2002.

- Li, S., Ragu-Nathan, T.S., and Subba Rao, S. (2006). "The Impact of Supply Chain Management Practise on Competitive Advantage and Organizational Performance," *Omega*, 34(1). pp. 107 – 124.
- Merakati, I., Rusdarti, and Wahyono. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan melalui Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Journal of Economic Education. JEE* 6(2) (2017), pp. 114 - 123.
- Ojasalo, J. (2008). Management of Innovation Networks: a Case Study of Different Approaches. *European Journal of Innovation Management*, 11(1), pp. 51 – 86.
- Porter, M. E. (1993). *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Jakarta: Erlangga.
- Rahmawati, A. I. E. dan Hadiprajitno, P. B. (2015). Analisis Rasio Keuangan Terhadap Kondisi Financial Distress Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2013. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(2), pp. 737-747.
- Ranjit, B. (2004). Knowledge Management Metrics. *Industrial Management & Data Systems*, 104(6), pp. 457-68.
- Suendro, G. (2010). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi kasus pada Industri Kecil dan Menengah Batik Pekalongan). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 9(2), pp. 230-243.
- Suharto, R. and Devie (2013). Analisa Pengaruh SCM Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. *Business Accounting Review* 1(2), pp. 226-235.
- Suparyadi. (2003). Membangun Keunggulan Bersaing Industri Kecil gula Merah Tebu: Kiat Bersaing di Pasar Ekspor. *Jurnal Siasat Bisnis* 2(8), pp. 131- 154.
- Tellis, G.J., Prabhu, J.C. and Chandy, R.K. (2009). Radical innovation across nations: the preeminence of corporate culture. *Journal of Marketing*, 73(1), pp. 3-23.
- Vesey, J. T. (1991). The New Competitors: They Think in Terms of Speed-To-Market, *Academy of Management Executive*, 5(2), pp. 23-33.