



**SKRIPSI**

**PENGARUH ANTARA KAPABILITAS INOVASI DAN JENIS  
INOVASI TERHADAP KINERJA LEMBAGA KEUANGAN  
MIKRO DI JAWA TIMUR**

**ARTISTA BESTARI PUTRI**

**NRP. 0911 1540 000 004**

**DOSEN PEMBIMBING**

**Dr. Ir. JANTI GUNAWAN, M.Eng.Sc, M.Com.IB**

**DOSEN KO-PEMBIMBING:**

**NUGROHO PRIYO NEGORO, S.T., S.E., M.T.**

**DEPARTEMEN MANAJEMEN BISNIS**

**FAKULTAS BISNIS DAN MANAJEMEN TEKNOLOGI**

**INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER**

**SURABAYA**

**2019**





**SKRIPSI**

**PENGARUH ANTARA KAPABILITAS INOVASI DAN JENIS INOVASI  
TERHADAP KINERJA LEMBAGA KEUANGAN MIKRO DI JAWA  
TIMUR**

**ARTISTA BESTARI PUTRI**

**NRP. 0911 1540 000 004**

**DOSEN PEMBIMBING**

**Dr. Ir. JANTI GUNAWAN, M.Eng.Sc., M.Com.IB**

**DOSEN KO-PEMBIMBING:**

**NUGROHO PRIYO NEGORO, S.T., S.E., M.T.**

**DEPARTEMEN MANAJEMEN BISNIS**

**FAKULTAS BISNIS DAN MANAJEMEN TEKNOLOGI**

**INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER**

**SURABAYA**

**2019**

(Halaman ini sengaja dikosongkan)



**UNDERGRADUATE THESIS**

**THE EFFECT BETWEEN INNOVATION CAPABILITY AND  
INNOVATION TYPES TOWARDS MICROFINANCE INSTITUTIONS  
PERFORMANCE IN EAST JAVA**

**ARTISTA BESTARI PUTRI**

**NRP 0911 1540 000 004**

**SUPERVISOR**

**Dr. Ir. JANTI GUNAWAN, M.Eng.Sc., M.Com.IB**

**CO-SUPERVISOR**

**NUGROHO PRIYO NEGORO, S.T., S.E., M.T.**

**DEPARTMENT OF BUSINESS MANAGEMENT**

**FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT OF TECHNOLOGY**

**INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER**

**SURABAYA**

**2019**

(Halaman sengaja dikosongkan)

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH ANTARA KAPABILITAS INOVASI DAN JENIS  
INOVASI TERHADAP KINERJA LEMBAGA KEUANGAN  
MIKRO DI JAWA TIMUR**

Oleh :

Artista Bestari Putri  
NRP 09111540000004

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen Bisnis

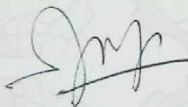
Pada

**Program Studi Sarjana Manajemen Bisnis  
Departemen Manajemen Bisnis  
Fakultas Bisnis dan Manajemen Teknologi  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember**

Tanggal Ujian : 25 April 2019

Disetujui Oleh :  
Dosen Pembimbing Skripsi

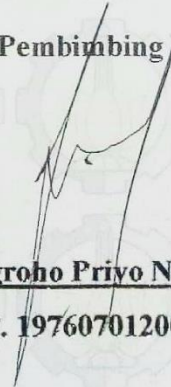
Pembimbing



Dr. Ir. Janti Gunawan, M.Eng.Sc., M.Com.IB

NIP. 196811271997022004

Ko-Pembimbing



Nugroho Priyo Negoro, S.T., S.E., M.T

NIP. 197607012003121002

*Seluruh tulisan yang tercantum pada Skripsi ini merupakan hasil karya penulis sendiri, dimana isi dan konten sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Penulis bersedia menanggung segala tuntutan dan konsekuensi jika di kemudian hari terdapat pihak yang merasa dirugikan, baik secara pribadi maupun hukum.*

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi Skripsi ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh isi Skripsi dalam bentuk apa pun tanpa izin penulis.*



# **PENGARUH ANTARA KAPABILITAS INOVASI DAN JENIS INOVASI TERHADAP KINERJA LEMBAGA KEUANGAN MIKRO DI JAWA TIMUR**

## **ABSTRAK**

Lembaga Keuangan Mikro (LKM) memiliki peran penting dalam pengentasan atau mitigasi kesulitan akses keuangan formal, yaitu melalui penyedia jasa keuangan yang lebih mudah dan sederhana dan menyejahterakan masyarakat berpenghasilan rendah dan para pebisnis kecil seperti Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun dalam menjalankan misi ganda tersebut masih belum dimbangi dengan peningkatan kualitas guna meningkatkan keunggulan kompetitif dan sangat bergantung pada kapabilitas inovasi. Inovasi adalah faktor sukses untuk membentuk dan meningkatkan keunggulan kompetitif, dengan hal itu akan sangat berpengaruh pada peningkatan profitabilitas LKM. Masih sedikit penelitian mengenai pengaruh antara kapabilitas inovasi, jenis inovasi, dan kinerja perusahaan pada sektor keuangan mikro di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kapabilitas inovasi terhadap jenis inovasi antara lain inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, dan inovasi organisasi. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan untuk menguji pengaruh dari adanya keempat inovasi tersebut terhadap beberapa aspek dari kinerja perusahaan antara lain kinerja inovasi, kinerja pasar, dan kinerja keuangan berdasarkan studi empiris yang mencakup LKM formal di Provinsi Jawa Timur. Proses pengumpulan data dilakukan dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner *online* kepada 50 LKM formal yaitu Bank Perkreditan Rakyat-Syariah (BPR/ BPRS) dan Koperasi di Jawa Timur. Teknik analisis data untuk menguji hipotesis yang digunakan adalah *partial least square structural equation modelling* (PLS-SEM). Penelitian ini memberikan bukti untuk mengonfirmasi adanya pengaruh antara kapabilitas dan jenis inovasi terhadap kinerja perusahaan, bahwa kapabilitas inovasi memengaruhi pada keempat jenis inovasi tersebut dan terdapat pengaruh positif dari adanya keempat jenis inovasi tersebut terhadap kinerja perusahaan. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan arahan dan rekomendasi bagi LKM untuk terus meningkatkan kapabilitas inovasi yang akan memberikan hasil inovasi yang lebih efektif untuk menghasilkan kinerja perusahaan yang lebih unggul. Selain itu, hasil penelitian ini juga memberikan saran bagi Pemerintah Daerah dan Pusat yang terkait untuk menciptakan lingkungan kebijakan yang kondusif bagi inovasi-inovasi LKM, sehingga mereka dapat menyadari manfaat penuh dari pengadopsian inovasi.

**Kata Kunci:** Kapabilitas Inovasi, Jenis Inovasi, Kinerja Pasar, Kinerja Keuangan, Lembaga Keuangan Mikro

(Halaman sengaja dikosongkan)

**THE EFFECT BETWEEN INNOVATION CAPABILITY AND  
INNOVATION TYPES TOWARDS MICROFINANCE INSTITUTIONS  
PERFORMANCE IN EAST JAVA**

**ABSTRACT**

*Microfinance institutions (MFIs) have an important role in alleviating difficulties in accessing formal finance, through easier providers of financial services and improve the welfare of low-income communities and Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). However, in carrying out the dual mission has not been accompanied by the increase of the quality in order to improve competitiveness and relied on innovation capability. Innovation is a success factor to develop the competitive advantage, which will influence the increase in profitability of Microfinance Institutions. An innovation will draw a clear picture of future opportunities. Research about the effect between innovation capability and innovation types towards company performance in the micro-financial sector in Indonesia is still limited. This study aims to determine the effect of innovation capability on the types of innovations including product innovation, process innovation, marketing innovation, and organizational innovation. In addition, this study was also conducted to examine the effects of the four innovations on different aspects of company performance including innovation performance, market performance, and financial performance based on empirical studies that include formal Microfinance Institutions in East Java Province. Data collection was carried out by survey method through distributing online questionnaires to 50 formal Microfinance Institutions namely Bank Perkreditan Rakyat/ Syariah (BPR/ BPRS) and Cooperatives in East Java. The data analysis technique to test the hypothesis is partial least square structural equation modeling (PLS-SEM). This study provides evidence to confirm the existence of innovation capability, type of innovation, and company performance, that innovation capability affects the four types of innovations and there is a positive effect of those existence of these four types of innovations which can improve MFIs performance. The results of this study can provide direction for Microfinance Institutions to continuously improve innovation capability which helps to deliver more effective innovations outcomes to generate better performance. In addition, the results of this study also provide advice to relevant Regional and Central Governments to create a conducive policy environment for the innovations of Microfinance Institutions, so they can realize the full benefits of adopting the innovation.*

**Keywords: Innovation Capability, Innovation Types, Market Performance, Financial Performance, Microfinance Institutions**

(Halaman sengaja dikosongkan)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala limpahan karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Antara Kapabilitas Inovasi dan Jenis Inovasi terhadap Kinerja Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur” dengan baik dan merupakan syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) Departemen Manajemen Bisnis ITS.

Selama pembuatan skripsi ini, penulis mendapatkan beberapa kendala tetapi kendala tersebut dapat dilewati dengan baik karena dukungan dalam berbagai bentuk dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis hendak mengucapkan terima kasih atas segala bentuk dukungan yang telah diberikan. Adapun banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini antara lain sebagai berikut:

1. Bapak Imam Baihaqi, S.T., M.Sc., Ph.D selaku Kepala Departemen Manajemen Bisnis ITS.
2. Bapak Nugroho Priyo Negoro, S.T., S.E., M.T. selaku Sekretaris Departemen Manajemen Bisnis ITS dan dosen ko-pembimbing yang telah memberikan masukan, bimbingan, kritik, dan motivasi kepada penulis.
3. Bapak Berto Mulia Wibawa, S.Pi., M.M. selaku Kepala Prodi S1 Manajemen Bisnis ITS.
4. Ibu Janti Gunawan M.Eng.Sc., M.Com.IB., selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing, memberikan segala arahan dan masukan yang sangat bermanfaat dalam penyelesaian skripsi penulis.
5. Seluruh *civitas akademika* Departemen Manajemen Bisnis ITS yang telah banyak membantu dan mempermudah proses administrasi skripsi ini.
6. Bapak Iwa selaku salah satu profesional di Otoritas Jasa Keuangan yang telah membantu dan memberikan saran selama penelitian ini.
7. Bapak Ruli Kusumahadi selaku Direktur Klinik UKM yang telah memberikan banyak masukan untuk mempermudah penelitian ini.
8. Mama, Papa, dan Mas Adi yang tak hentinya memberikan doa, dukungan, dan nasihat selama jauh dari rumah.
9. Kosan 74 Azizah Yulia dan Dwiki Septia yang telah membantu, memberikan saran, motivasi, dan selalu membuat hari-hari pembuatan skripsi selalu ceria.

10. Wisper *Squad*, Katon Abigail, Azmi Maulidya, Claresta Pranindya, Nofia Ulfah, Melissa Silalahi, Azizah Yulia, Dwiki Septia, Bagus Aji, Ridho Ar Robi, dan Afif Muhggni yang setia memberikan motivasi dan saran kepada penulis.
11. Pradysta Rakasiwi, Katon Abigail, dan Husein Adi yang selalu mendengarkan curahan hati keluh kesah, saran, dan semangat dalam proses pembuatan skripsi ini.
12. Teman-teman *Rhekara* yang selalu dan setia memberikan banyak doa, motivasi, dan hiburan dikala pengerjaan skripsi.
13. Keluarga Mahasiswa Manajemen Bisnis ITS atas banyak dukungannya.
14. Seluruh pegawai Bank Mandiri Area Niaga Surabaya yang telah membantu, menyemangati, dan menemani penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala bantuan dan doanya kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.

Besar harapan penulis bahwa skripsi ini dapat bermanfaat dalam pemahaman keilmuan manajemen inovasi. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik sehingga dapat menyempurkan isi dari skripsi ini.

Surabaya, 25 April 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan.....	6
1.4 Manfaat.....	6
1.4.1 Manfaat Praktis .....	6
1.4.2 Manfaat Keilmuan.....	6
1.5 Ruang Lingkup .....	6
1.5.1 Batasan .....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
2.1 Lembaga Keuangan Mikro (LKM).....	9
2.1.1 Pengelompokan Lembaga Keuangan Mikro.....	10
2.2 Pengertian Inovasi .....	11
2.2.1 Kapabilitas inovasi .....	12
2.2.2 Sumber Inovasi .....	12
2.2.3 Jenis Inovasi .....	13
2.2.4 Inovasi Pada Lembaga Keuangan Mikro .....	14
2.3 Kinerja Perusahaan .....	15
2.3.1 Kinerja Inovatif .....	15
2.3.2 Kinerja Pasar .....	16
2.3.3 Kinerja Keuangan.....	16

2.4 Kajian Penelitian Terdahulu.....	17
2.5 <i>Research Gap</i> .....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	25
3.2 Desain Penelitian.....	27
3.2.1 Jenis Penelitian .....	27
3.2.2 Model Penelitian.....	27
3.2.3 Hipotesis Penelitian .....	28
3.2.4 Data yang Dibutuhkan .....	29
3.2.5 Variabel Penelitian .....	30
3.2.6 Perancangan Kuesioner .....	31
3.2.7 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.2.8 Populasi dan Sampel Penelitian.....	32
3.2.9 Teknik <i>Sampling</i> .....	33
3.3 Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	34
3.3.1 Analisis Deskriptif.....	34
3.3.2 <i>Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM)</i> .....	35
3.4 Bagan Alir Penelitian.....	48
<b>BAB IV ANALISIS DAN DISKUSI .....</b>	<b>51</b>
4.1 Pengumpulan Data .....	51
4.2 Analisis Deskriptif .....	52
4.2.1 Analisis Demografi.....	52
4.2.2 Analisis <i>Usage</i> .....	64
4.2.3 Analisis Deskriptif Statistik.....	67
4.2.4 Analisis <i>Crosstabulation</i> .....	69
4.3 Analisis <i>Partial Least Square - Structural Equation Modelling (PLS-SEM)</i> .....	72
4.3.1 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	72
4.3.2 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	76
4.3.3 Uji Hipotesis atau <i>Boostraping</i> .....	78
4.4 Implikasi Manajerial .....	88
4.4.1 Implikasi Manajerial Bagi Lembaga Keuangan Mikro (LKM).....	88
4.4.2 Implikasi Manajerial Bagi Pemerintah Pusat dan Daerah Terkait .....	91



<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>93</b>
5.1 Simpulan.....	93
5.2 Saran.....	94
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	94
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>109</b>

(Halaman sengaja dikosongkan)

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Sumber Inovasi .....	13
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.1 Timeline Penelitian .....	26
Tabel 3.2 Data yang digunakan.....	30
Tabel 3.3 Variabel Penelitian.....	30
Tabel 3.4 Susunan Kuesioner.....	31
Tabel 3.5 Distribusi Frekuensi .....	34
Tabel 4.1 Lokasi Unit Survei .....	51
Tabel 4.2 Analisis Demografi Responden .....	53
Tabel 4.3 Demografi Unit Survei.....	55
Tabel 4.4 Demografi Tata Kelola Usaha Unit Survei .....	56
Tabel 4.5 Analisis <i>Usage</i> .....	64
Tabel 4.6 Deskriptif Statistik .....	67
Tabel 4.7 Analisis <i>Crosstabulation</i> Kategori LKM – Lama Penerapan Inovasi – Lama Berdirinya LKM.....	70
Tabel 4.8 Analisis <i>Crosstabulation</i> Lama Berdirinya LKM – Lama Penerapan Inovasi – Rata-rata Omzet Per Tahun .....	72
Tabel 4.9 Nilai <i>Loading Factor</i> Sebelum Reduksi .....	73
Tabel 4.10 <i>Loading Factor</i> Setelah Direduksi.....	74
Tabel 4.11 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) .....	74
Tabel 4.12 Nilai Akar AVE dan Korelasi Antar Variabel Laten .....	75
Tabel 4.13 Nilai <i>Composite Reliability</i> .....	75
Tabel 4.14 Nilai Evaluasi <i>Inner Model</i> .....	76
Tabel 4.15 Uji Hipotesis atau <i>Boostraping</i> .....	79

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Model Penelitian .....	28
Gambar 3.2 <i>Outer Model</i> dan <i>Inner Model</i> .....	36
Gambar 3.3 Bagan Alir Penelitian .....	48

(Halaman sengaja dikosongkan)

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Jabatan atau Posisi Pekerjaan .....	53
Grafik 4.2 Pendidikan Terakhir.....	54
Grafik 4.3 Lama Bekerja di LKM.....	54
Grafik 4.4 Lama Menjabat Posisi Pekerjaan.....	55
Grafik 4.5 Kategori LKM .....	57
Grafik 4.6 Lama Berdiri Perusahaan.....	58
Grafik 4.7 Status Kepemilikan Usaha.....	58
Grafik 4.8 Rata-Rata Omzet Per Tahun .....	59
Grafik 4.9 Produk yang Ditawarkan LKM .....	59
Grafik 4.10 Segmentasi Nasabah Berdasarkan Profesi.....	60
Grafik 4.11 Segmentasi Nasabah Pelaku Usaha Berdasarkan Industri.....	61
Grafik 4.12 Gaji Tetap Untuk Manajer .....	61
Grafik 4.13 Jumlah Karyawan Perusahaan .....	62
Grafik 4.14 Audit Internal.....	62
Grafik 4.15 Audit Eksternal .....	63
Grafik 4.16 Kantor Cabang .....	63
Grafik 4.17 Penerapan Inovasi .....	65
Grafik 4.18 Jenis Inovasi.....	65
Grafik 4.19 Lama Penerapan Inovasi.....	66
Grafik 4.20 Sumber Inovasi .....	67

(Halaman sengaja dikosongkan)



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Unit Survei .....	109
Lampiran 2 Kuesioner <i>Online</i> .....	110
Lampiran 3 <i>Draft</i> Kuesioner <i>Offline</i> .....	129
Lampiran 4 Nilai <i>Loading Factor</i> Sebelum Reduksi .....	142
Lampiran 5 Nilai <i>Loading Factor</i> Setelah Reduksi .....	143
Lampiran 6 Uji Hipotesis atau <i>Boostraping</i> .....	144

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan dan asumsi serta mekanisme penulisan skripsi.

### **1.1 Latar Belakang**

Permasalahan kemiskinan sejauh ini masih menjadi isu utama dalam pembangunan ekonomi di negara-negara berkembang. Akses terhadap jasa keuangan formal saat ini menjadi salah satu faktor penting yang mendukung usaha pengentasan kemiskinan di banyak negara. Studi menunjukkan bahwa negara yang memiliki sistem keuangan dengan akses yang lebih luas terbukti dapat menurunkan tingkat kemiskinan negara tersebut (Ayyagari, Beck, & Hoseini, 2013). Akses ke keuangan dapat menentukan siapa yang bisa memulai bisnis dan siapa yang tidak bisa, siapa yang dapat membayar biaya pendidikan dan siapa yang tidak dapat, serta siapa yang bisa mengeksploitasi peluang ekonomi dan siapa yang tidak bisa melakukannya (Beck, Demirguc-Kunt, & Levine, 2007). Ada beberapa cara untuk memitigasi tantangan akses keuangan tersebut, salah satunya melalui strategi pengembangan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) menjadi pilihan banyak negara-negara berkembang. Lembaga Keuangan Mikro merupakan organisasi yang menawarkan jasa keuangan kepada yang masyarakat lapisan bawah (Mix, 2005). Lembaga Keuangan mikro telah diprioritaskan selama beberapa dekade sebagai instrumen untuk memerangi kemiskinan

Lembaga Keuangan Mikro mendukung penyediaan akses layanan keuangan formal untuk masyarakat berpenghasilan rendah, meningkatkan taraf hidup keluarga miskin, dan mendorong perkembangan ekonomi (Terberger, 2003). Lembaga keuangan yang nyaman dan terjangkau dalam mengakses jasa keuangan seperti tabungan, kredit, asuransi, dan transfer pembayaran berperan penting untuk mengatasi fluktuasi ekonomi, meningkatkan pendapatan dan risiko-risiko yang ditimbulkan masyarakat lapisan bawah (Steel & Andah, 2003). Di negara-negara berkembang, Lembaga Keuangan Mikro berperan penting dalam mendorong usaha-usaha kecil masyarakat di daerah tersebut (Nugroho & Miles, 2009). Sektor usaha mikro dan kecil memiliki peran strategi dalam perekonomian Indonesia dan

pertumbuhannya yang sangat signifikan, sangat disayangkan jika sektor ini tidak diberdayakan secara optimal.

Berdasarkan sensus ekonomi nasional, populasi UMKM di Jawa Timur mengalami kenaikan dari 6,8 juta pada tahun 2012 menjadi 9,59 juta di tahun 2017 (Hakim, 2018). Meskipun jumlah pelaku UMKM di Jawa Timur meningkat, sebagian besar dari mereka masih menghadapi beberapa hambatan, masalah yang sering muncul adalah keterbatasan UMKM dalam mengakses modal atau pendanaan usaha. UMKM tidak dapat memberikan jaminan yang pasti bagi perbankan umum dan adanya risiko-risiko terkait pemberian modal atau pinjaman kepada UMKM, menjadi hal yang dihindari dan tidak menarik bagi perbankan umum (International Financial Corporation, 2016). Oleh karena itu, keberadaan Lembaga Keuangan Mikro dibutuhkan untuk mengatasi kegagalan pasar ini.

Sektor keuangan mikro telah berevolusi dan berkembang sesuai dengan pola dan jalur pertumbuhan yang berbeda di berbagai negara dan wilayah (Steel dan Andah, 2003). UU No. 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro mendefinisikan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) sebagai lembaga keuangan yang khusus didirikan untuk memberikan jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat, baik melalui pinjaman atau pembiayaan dalam usaha skala mikro kepada anggota dan masyarakat, pengelolaan simpanan, maupun pemberian jasa konsultasi pengembangan usaha yang tidak semata-mata mencari keuntungan. Pemerintah membangun dan memfasilitas pengembangan LKM sebagai bentuk dukungan finansial kepada sektor-sektor produktif pada tingkat mikro dan kecil serta masyarakat yang berpenghasilan rendah yang mengalami keterbatasan akses jasa keuangan.

Lembaga Keuangan Mikro memiliki misi ganda yaitu misi sosial dan misi komersial (Markowski dan George 2002). Misi sosial adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penyediaan jasa keuangan, sedangkan misi komersial adalah menyediakan layanan keuangan secara finansial (Markowski dan George 2002). Misi sosial dan komersial Lembaga Keuangan Mikro tersebut bersifat inheren.

Namun, fungsi LKM untuk memenuhi misi gandanya, akan sangat bergantung pada kapasitas inovasi. Persaingan global yang ketat, baik individu

maupun organisasi harus meningkatkan kualitas secara terus menerus dimulai dari mengevaluasi, menerapkan strategi inovasi, dan kemampuan kewirausahaan mereka guna mendapatkan keunggulan kompetitif (Drucker 1985; Hult, Snow, dan Kandemir 2003). Firpo (2005) menemukan hambatan dalam keberhasilan LKM di negara berkembang yaitu skalabilitas, keberlanjutan, kemampuan inovasi yang dimiliki LKM. Tetapi hambatan-hambatan tersebut dapat diatasi melalui penerapan inovasi untuk memaksimalkan keuntungan dan menuju keberlanjutan, seperti inovasi dalam menawarkan produk, baik pendanaan maupun pembiayaan, cara dan syarat pelayanan, infrastruktur dan standar pelaporan. Adanya inovasi yang dilakukan oleh lembaga keuangan dapat mengurangi biaya transaksi dan meningkatkan daya saing (Buchenau, 2003). Kegiatan inovatif tidak hanya ditujukan untuk menurunkan biaya transaksi dan meningkatkan profitabilitas Lembaga Keuangan Mikro tetapi juga diarahkan untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan (Hans, 2009). Dengan demikian peran inovasi sangat dibutuhkan oleh Lembaga Keuangan Mikro dalam menghadapi hambatan-hambatan tersebut.

Inovasi adalah proses di mana organisasi menguasai dan menerapkan desain serta produksi barang atau jasa yang baru bagi mereka, terlepas dari apakah hal tersebut baru untuk pesaing mereka, negara mereka atau bahkan dunia (Mytelka, 2010). Sebagian besar inovasi muncul sebagai sebuah ide terhadap potensi nilai tambah (Rajalahti, Janssen, & Pehu, 2008). Menurut OECD (2005), mendeskripsikan inovasi sebagai penerapan produk dan proses baru atau yang secara signifikan ditingkatkan, metode pemasaran baru, serta metode organisasi baru dalam praktik bisnis, organisasi tempat kerja atau hubungan eksternal.

OECD (2005) mengidentifikasi empat jenis inovasi yaitu inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, dan inovasi organisasi atau institusional. Inovasi produk adalah menciptakan atau memberikan nilai tambah pada suatu produk atau jasa yang lebih baik dibandingkan dengan produk yang telah ada. Inovasi proses merupakan suatu teknik meningkatkan produksi atau pengiriman untuk mempercepat proses penyelesaian. Inovasi pemasaran yaitu metode pemasaran yang baru atau berkembang dengan tujuan meningkatkan penjualan perusahaan. Inovasi organisasi atau institusional adalah metode organisasi baru dalam praktik bisnis suatu perusahaan. Inovasi memberikan keuntungan bagi lembaga keuangan

yaitu mengurangi biaya-biaya transaksi dan meningkatkan daya saing mereka (Buchenau, 2003).

Alasan utama perusahaan melakukan inovasi adalah adanya suatu keinginan perusahaan untuk meningkatkan beberapa aspek kinerja perusahaan seperti kinerja inovatif, pasar, dan keuangan. Perusahaan dapat meraih keunggulan kompetitif dan pangsa pasar sesuai dengan seberapa besar inovasi yang dilakukan. Metcalfe (1998) menyatakan bahwa ketika perusahaan memiliki inovasi yang rendah, struktur ekonomi perusahaan mereka dalam keadaan tidak produktif dengan sedikit pertumbuhan. Pada laporan OECD's Oslo (2005) menunjukkan bahwa perusahaan yang mengembangkan inovasi dengan lebih tepat dan cepat, akan memiliki lebih banyak pekerja yang berkualitas, tingkat kompensasi yang lebih tinggi, dan memberikan harapan masa depan yang lebih konklusif untuk karyawan mereka. Geroski (1995) menemukan adanya dampak positif inovasi dan paten pada beberapa kinerja perusahaan seperti profit, tingkat pengembalian saham, dan pertumbuhan perusahaan. Pelaku LKM harus mampu berpikir secara kreatif dan inovatif dalam era globalisasi saat ini. Kelambanan dalam mengantisipasi perubahan pasar akan berdampak pada pelaksanaan misi ganda LKM dan ketertinggalan perusahaan yang semakin besar, bahkan tergerusnya pelaku LKM.

Semenjak diberlakukannya Undang-Undang tentang Lembaga Keuangan Mikro pada tahun 2013 dan Pemerintah semakin memberikan perhatian untuk mereka. Lembaga Keuangan Mikro di Indonesia telah mengenalkan dan mengembangkan beberapa inovasi yang memengaruhi kinerja perusahaannya, seperti deposito, kredit kelompok, status legal LKM, promosi melalui iklan di media sosial, dan masih banyak lagi. Kinerja positif industri keuangan di Jawa Timur tidak terlepas dari kontribusi BPR dan BPRS (Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur, 2018). Beberapa BPR dan BPRS di Jawa Timur telah mendapatkan penghargaan Indonesia Best BPR Award 2017 pada beberapa kategori (Prayogo, 2017). Pada tahun 2017, provinsi Jawa Timur mendapatkan penghargaan sebagai provinsi penggerak koperasi terbaik dan penumbuhan kewirausahaan terbaik tingkat provinsi tahun 2017 (Parmin, 2017). Ketua Perhimpunan Bank Perkreditan Rakyat Indonesia (Parbarindo) memberikan saran kepada BPR untuk melakukan inovasi guna tetap kompetitif ke depan (Yudistira,

2018). Berdasarkan pemaparan Kepala OJK Regional 4 Jawa Timur pada kegiatan Evaluasi Kinerja BPR Semester II Tahun 2018, adanya perkembangan teknologi informasi pada industri keuangan, seperti model alternatif pembiayaan baru yang ditawarkan perusahaan berbasis teknologi informasi, diharapkan BPR harus memiliki bekal yang lebih baik pada permodalan yang kuat dan tata kelola yang baik menjadi kunci penting menghadapi kompetisi (Lestari, 2018).

Sebagian besar penelitian menguji pengaruh jenis inovasi terhadap keseluruhan kinerja perusahaan pada sektor manufaktur seperti yang dilakukan oleh Gunday et al. (2011), Kalay dan Lynn (2015), dan Rosli dan Sidek (2013). Selain itu penelitian di Indonesia terkait inovasi dan pengaruhnya pada kinerja Lembaga Keuangan Mikro masih jarang dilakukan. Penelitian ini akan menguji berbagai jenis inovasi yang dilakukan oleh Lembaga Keuangan Mikro diantaranya adalah inovasi produk, proses, pemasaran, dan organisasi terhadap beberapa aspek kinerja Lembaga Keuangan Mikro. Setiap Lembaga Keuangan Mikro melakukan beberapa inovasi dengan tujuan meningkatkan kinerja perusahaannya. Oleh sebab itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi Lembaga Keuangan Mikro dan badan pemerintah yang memiliki perhatian pada Lembaga Keuangan Mikro dalam meningkatkan kinerja perusahaan LKM berdasarkan jenis inovasi yang diteliti. Apabila LKM dapat menerapkan berbagai inovasi pada proses bisnisnya dengan baik, maka daya saing perusahaan meningkat dan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui jasa keuangan yang inovatif.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Penelitian ini merupakan penelitian *confirmatory*, karena hipotesis yang dirancang telah ada di penelitian yang lalu tetapi dalam konteks yang berbeda. Maka rumusan masalahnya sebagai berikut.

1. Apakah kapabilitas inovasi berpengaruh terhadap 4 (empat) jenis inovasi yaitu inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, dan inovasi organisasi di Lembaga Keuangan Mikro?
2. Apakah 4 (empat) jenis inovasi tersebut memiliki pengaruh terhadap beberapa aspek kinerja Lembaga Keuangan Mikro yaitu kinerja inovatif, kinerja pasar, dan kinerja keuangan?

3. Bagaimana rekomendasi untuk meningkatkan kinerja Lembaga Keuangan Mikro berdasarkan 4 jenis inovasi tersebut?

### **1.3 Tujuan**

Sesuai dengan perumusan masalah penelitian diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah.

1. Menganalisis pengaruh kapabilitas inovasi terhadap 4 (empat) jenis inovasi yaitu inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, dan inovasi organisasi di Lembaga Keuangan Mikro.
2. Menganalisis pengaruh 4 (empat) jenis inovasi yaitu inovasi produk, proses, pemasaran, dan organisasi terhadap beberapa aspek kinerja Lembaga Keuangan Mikro yaitu kinerja inovatif, kinerja pasar, dan kinerja keuangan.
3. Merumuskan rekomendasi untuk meningkatkan kinerja Lembaga Keuangan Mikro berdasarkan empat jenis inovasi tersebut.

### **1.4 Manfaat**

Manfaat penelitian yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ini meliputi manfaat praktis dan manfaat keilmuan.

#### **1.4.1 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memberikan wawasan, pandangan, dan rekomendasi bagi para pelaku Lembaga Keuangan Mikro terhadap pentingnya melakukan dan menerapkan inovasi sebagai kunci sukses meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan. Selain itu, memberikan hasil analisis dan rekomendasi kepada Pemerintah Daerah dan Pusat terkait sebagai salah satu bahan acuan untuk membuat kebijakan atau peraturan tentang Lembaga Keuangan Mikro berdasarkan kapabilitas inovasi dan keempat jenis inovasi tersebut.

#### **1.4.2 Manfaat Keilmuan**

Penelitian akan memperkaya studi di bidang Lembaga Keuangan Mikro dan mengaitkan dengan topik inovasi, sehingga dapat membuat studi di bidang Lembaga Keuangan Mikro menjadi lebih komprehensif.

### **1.5 Ruang Lingkup**

Ruang lingkup pada penelitian ini terdiri atas batasan dan asumsi penelitian. Batasan dan asumsi penelitian pada penelitian ini sebagai berikut.



### **1.5.1 Batasan**

Batasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah.

1. Subjek amatan yang digunakan pada penelitian ini adalah LKM formal di Jawa Timur.
2. Jenis inovasi yang diteliti meliputi inovasi produk, proses, pemasaran, dan organisasi yang mengacu pada penelitian OECD (2005).
3. Kinerja LKM yang dimaksud adalah kinerja inovatif, kinerja pasar, dan kinerja keuangan berdasarkan penelitian Rajapathirana & Hui (2017)
4. Data primer terkait informasi jenis inovasi dan kinerja perusahaan selama tiga tahun terakhir mulai dari tahun 2016 hingga 2018.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah penulisan, pembahasan dan penilaian skripsi ini, maka dalam pembuatannya akan dibagi menjadi beberapa bab dengan sistematika sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Menjelaskan latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan dan asumsi yang digunakan serta sistematika penulisan mengenai pengaruh inovasi terhadap kinerja Lembaga Keuangan Mikro.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Menyajikan teori-teori yang digunakan peneliti sebagai landasan pelaksanaan penelitian. Adapun teori yang akan dibahas adalah teori dan pengelompokan Lembaga Keuangan Mikro, teori inovasi, jenis inovasi, dan kinerja perusahaan. Pada bagian akhir dari bab ini akan disertakan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Mengemukakan langkah-langkah dan prosedur yang akan dilakukan dalam melakukan penelitian yang berisi lokasi dan waktu penelitian, desain penelitian, teknik pengolahan dan analisis data, dan bagan metode yang digunakan.

#### **BAB IV ANALISIS DAN DISKUSI**

Memberikan penjelasan lebih mendalam mengenai hasil analisis deskriptif demografi, analisis deskriptif *usage*, analisis deskriptif statistik, dan analisis *partial*

*least square structural equation model* yang telah dilakukan dengan dikaitkan teori pendukung serta menjelaskan implikasi dari hasil penelitian.

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Menyajikan hasil kesimpulan penelitian dan saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menyajikan definisi dan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat pada penelitian ini. Definisi dan teori yang ditulis pada bab ini didapatkan dari beberapa literatur seperti buku, artikel, jurnal penelitian, *website*, dan penelitian-penelitian terdahulu.

#### **2.1 Lembaga Keuangan Mikro (LKM)**

Setiap negara memiliki pengertian LKM yang berbeda. Secara umum, LKM adalah lembaga yang menyediakan jasa penyimpanan (*deposits*), kredit (*loans*), pembayaran berbagai transaksi jasa (*payment services*), *money transfers*, dan asuransi yang ditujukan bagi masyarakat miskin dan pengusaha kecil (Asian Development Bank, 2000). Di Indonesia, pengertian LKM yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 mendefinisikan LKM sebagai lembaga keuangan yang khusus didirikan untuk memberikan jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat, baik melalui pinjaman atau pembiayaan dalam usaha skala mikro kepada anggota dan masyarakat, pengelolaan simpanan, maupun pemberian jasa konsultasi pengembangan usaha yang tidak semata-mata mencari keuntungan. Menurut The Microcredit Summit (1997), kredit mikro adalah program pemberian kredit berjumlah kecil ke masyarakat yang berpenghasilan sangat rendah untuk membiayai aktivitas atau proyek yang mereka kerjakan dalam menghasilkan pendapatan untuk diri mereka sendiri dan keluarga mereka. Ada dua ciri utama keuangan mikro yang membedakannya dari produk jasa keuangan formal, yaitu kecilnya pinjaman dan/ atau simpanan, dan/ atau tidak adanya jaminan dalam bentuk asset. Produk jasa yang ditawarkan oleh LKM berupa keuangan mikro antara lain *microcredit*, *microsaving*, dan *microinsurance*.

Menurut Direktorat Pembiayaan, Direktorat Pembiayaan (2004) LKM dikembangkan berdasarkan semangat untuk membantu dan memfasilitasi masyarakat miskin, baik untuk kegiatan konsumtif maupun produktif keluarga berpenghasilan rendah tersebut. Kegiatan usaha yang dilakukan oleh LKM meliputi jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat, baik melalui pinjaman atau pembiayaan dalam usaha skala mikro kepada anggota dan masyarakat,

pengelolaan simpanan, maupun pemberian jasa konsultasi pengembangan usaha, kegiatan usaha yang dapat dilakukan secara konvensional atau berdasarkan prinsip Syariah, dan LKM dapat melakukan kegiatan berbasis *fee* sepanjang tidak bertentangan dengan ketentuan perundang-undangan di sektor jasa keuangan (Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia, 2015). Bentuk badan hukum Lembaga Keuangan Mikro adalah koperasi atau perseroan terbatas (PT). Berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia (2015), bahwa Bank Desa, Lumbung Desa, Bank Pasar, Bank Pegawai, Badan Kredit Desa (BKD) atau sekarang dikenal dengan Bank Perkreditan Rakyat (BPR), Badan Kredit Kecamatan (BKK), Kredit Usaha Rakyat Kecil (KURK), Lembaga Perkreditan Kecamatan (LPK), Bank Karya Produksi Desa (BKPD), Badan Usaha Kredit Pedesaan (BUKP), Baitul Maal wa Tamwil (BMT), Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM), dan/ atau lembaga-lembaga lainnya yang dipersamakan dengan itu dikelompokkan dalam Lembaga Keuangan Mikro dan tunduk pada UU LKM.

### **2.1.1 Pengelompokan Lembaga Keuangan Mikro**

Dengan adanya perbedaan karakteristik suatu daerah atau pedesaan dan ekonomi daerah tersebut memengaruhi perbedaan jenis Lembaga Keuangan Mikro yang masing-masing memiliki keunggulan komperatif dan segmentasi pasar tertentu. Berbagai jenis institusi yang menawarkan kredit mikro seperti *credit union*, bank komersial, *non governmental organizations* (NGOs), koperasi, dan sektor bank pemerintah. Asian Development Bank (2000) membagi LKM secara umum menjadi tiga jenis yaitu LKM formal seperti bank pedesaan dan koperasi, LKM semi formal seperti NGO, dan LKM informal seperti rentenir. Sedangkan di Indonesia pembagian LKM menjadi empat golongan besar sebagai berikut (Usman et al., 2004).

1. Lembaga Keuangan Mikro formal yaitu lembaga yang berbadan hukum dan secara formal diakui oleh perundangan yang berlaku saat ini sebagai lembaga keuangan. LKM formal dapat dibedakan menjadi dua yaitu bank dan *non bank*. Contoh LKM formal bank seperti Lembaga Keuangan Mikro dan BPR/BPRS, sedangkan LKM formal nonbank seperti koperasi.
2. Lembaga Keuangan Mikro semiformal yaitu lembaga yang telah memiliki dasar legalitas sebagai badan hukum, tetapi belum memiliki izin dan belum diakui

sebagai lembaga keuangan formal oleh perundangan yang berlaku saat ini. LKM semiformal ini antara lain berbentuk *baitul mal tanwil* (BMT), lembaga perkreditan desa (LDP), Lembaga Keuangan Mikro/ syariah (LKM/S) dan usaha simpan pinjam (USP).

3. Lembaga Keuangan Mikro yang dibentuk melalui program pemerintah. Kredit yang disalurkan pemerintah melalui dinas-dinas sektoral kepada masyarakat pada umumnya diberikan dalam bentuk secara langsung oleh dinas sektoral kepada masyarakat secara perorangan atau kelompok dalam bentuk natura atau uang, diberikan melalui kelompok formal atau nonformal yang sudah ada, dan diberikan dalam bentuk uang kepada masyarakat disertai dengan pembentukan lembaga pengelola keuangan. Contohnya seperti lembaga swadaya masyarakat (LSM) dan yayasan.
4. Lembaga Keuangan Mikro informal, seperti rentenir dan arisan yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang. Pemberi pinjaman tidak mengenakan bunga kalau peminjam dapat melunasi utangnya dalam jangka waktu kurang dari satu bulan. Dalam beberapa kasus, peminjam yang tidak mampu melunasi utangnya dapat membayarnya dengan cara menjadi tenaga upahan pada pemberi pinjaman.

## **2.2 Pengertian Inovasi**

Sebuah inovasi bukanlah sebuah upaya yang dapat dilakukan hanya dalam waktu semalam atau waktu yang singkat. Inovasi dipandang sebagai hasil dari sebuah interaksi dan proses *non linear* antara perusahaan dan lingkungan (Silva, Leitao, & Raposo, 2007). Inovasi digambarkan sebagai proses di mana perusahaan menguasai dan menerapkan desain dan produksi barang atau jasa yang baru bagi mereka terlepas dari apakah itu hal yang baru untuk pesaing mereka, negara atau dunia (Mytelka, 2010). Sementara OECD's Oslo (2005) berpendapat bahwa inovasi sebagai penerapan produk atau proses yang baru atau modifikasi secara signifikan, metode pemasaran baru atau metode organisasi baru dalam praktik bisnis, organisasi tempat kerja atau hubungan eksternal. Jadi inovasi berawal dari sesuatu yang sudah ada sebelumnya kemudian diberi nilai tambah. Inovasi sendiri memberikan manfaat kepada beberapa pihak yaitu konsumen, bisnis, karyawan, perekonomian, dan lingkungan (Mulyono, 2008). Dalam menerapkan inovasi terdapat faktor-faktor yang dapat bersifat menghambat atau mendukung penerapan

inovasi tersebut, factor-faktor tersebut antara lain lingkungan pasar, kultur organisasi, iklim organisasi, struktur organisasi, komunikasi, strategi persaingan, teknologi, rancangan kerja, kualitas, manajemen sumber daya manusia, dan *RnD* (Rahmany, 2006).

### **2.2.1 Kapabilitas inovasi**

Inovasi akan hanya terjadi apabila suatu perusahaan memiliki kapasitas atau kemampuan untuk berinovasi. (Laforet, 2011). Kapabilitas inovasi adalah suatu aset yang berharga bagi perusahaan untuk memberikan dan mempertahankan keunggulan kompetitif dan dalam mengimplementasikan keseluruhan strategi perusahaan, yang mana meliputi keseluruhan proses utama internal perusahaan (Lawson & Samson, 2001). Kapabilitas inovasi menuntun organisasi untuk meningkatkan inovasi-inovasi secara terus menerus untuk menanggapi atas adanya perubahan pasar (Slater, Hult, & Olson, 2010). Kapabilitas inovasi memfasilitasi perusahaan untuk menciptakan produk dan pelayanan baru lebih cepat dan mengadopsi sistem baru. Menurut Adler & Shenbar (1990) kapabilitas inovasi didefinisikan sebagai berikut.

1. Kemampuan untuk menciptakan produk baru yang dapat memberikan kepuasan akan kebutuhan pasar
2. Kemampuan penggunaan teknologi yang tepat pada proses bisnis untuk memproduksi produk-produk baru tersebut
3. Kemampuan untuk meningkatkan dan mengadopsi produk-produk baru dan teknologi untuk memuaskan kebutuhan masa mendatang
4. Kemampuan dalam merespon adanya hal terkait teknologi yang tidak terduga dan peluang-peluang yang tidak dapat diprediksi dari pesaing

### **2.2.2 Sumber Inovasi**

Inovasi merupakan peluang bagi para pebisnis untuk meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaannya. Suatu bisnis dapat dikatakan sukses apabila dapat menerapkan inovasi secara sistematis, suatu inovasi yang terencana atas peluang yang ada (Drucker, 2006). Secara khusus, inovasi sistematis berarti memiliki tujuh sumber untuk peluang inovatif. Drucker (1985) membagi sumber inovasi menjadi dua kelompok besar yaitu *internal* dan *external* antara lain.

Tabel 2.1 Sumber Inovasi

Kategori	Sumber	Keterangan
<i>Internal</i>	Peristiwa tak terduga	Seperti kesuksesan atau kegagalan yang tak terduga.
	Ketidakharmonisan	Terjadi kesenjangan antara harapan dan kenyataan.
	Kebutuhan proses	Adanya permintaan khusus dari konsumen karena terdapat kebutuhan khusus
	Perubahan pasar dan industri	Definisi, struktur, dan desain pasar dan industry yang terus berkembang selaras dengan kemajuan jaman.
<i>External</i>	Perubahan demografi	Perubahan jumlah dan karakteristik populasi
	Perubahan persepsi	Perubahan pola pikir dan cara pandang konsumen terhadap sesuatu
	Pengetahuan baru	Penemuan baru baik ilmiah maupun nonilmiah

### 2.2.3 Jenis Inovasi

Inovasi memberikan perusahaan sebuah orientasi strategis untuk mengatasi masalah yang mereka hadapi ketika berusaha untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Drucker, 2006). Inovasi bukan hanya terjadi pada produk dan proses, tetapi juga melibatkan pemasaran dan organisasi. Schumpeter (1934) mendeskripsikan perbedaan jenis inovasi menjadi lima yaitu produk baru, metode produksi baru, sumber pasokan baru, eksploitasi pasar baru, dan cara-cara baru untuk mengatur bisnis. Pada penelitian ini, jenis inovasi yang digunakan dibagi menjadi empat jenis strategi inovasi menurut OECD's Oslo (2005) sebagai berikut.

1. Inovasi produk atau jasa adalah memperkenalkan produk atau jasa baru atau suatu karakteristik yang meningkat secara signifikan seperti spesifikasi teknis dan perangkat lunak yang terintegrasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen lebih baik daripada produk yang ada. Atribut inti dari produk berupa layanan yaitu tidak berwujud dan pengembangan produk layanan baru disebut inovasi produk jasa (John & Storey, 1998).
2. Inovasi proses adalah penerapan metode peningkatan produksi atau pengiriman yang baru secara signifikan, seperti perubahan dalam alat, sumber daya manusia, dan metode kerja atau kombinasi ketiganya, layaknya seperti menginstal perangkat lunak baru atau yang lebih baik untuk mempercepat proses penyelesaian proses.

3. Inovasi pemasaran adalah memperkenalkan metode pemasaran baru yang melibatkan perubahan yang signifikan dalam desain produk, penempatan produk, dan promosi produk atau harga. Tujuan utama dari inovasi pemasaran adalah mengatasi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik, menembus pasar baru atau memposisikan produk baru di pasar dengan tujuan meningkatkan penjualan perusahaan.
4. Inovasi organisasi atau institusional adalah penerapan metode organisasi baru dalam praktik bisnis perusahaan, organisasi tempat kerja atau hubungan eksternal.

#### **2.2.4 Inovasi Pada Lembaga Keuangan Mikro**

Lembaga Keuangan Mikro menawarkan cara-cara baru untuk mengatasi permasalahan dalam hubungan pemberian pinjaman dan untuk menjadi lebih mampu memahami dalam mengatasi permasalahan tersebut sangat penting Lembaga Keuangan Mikro memahami dan menerapkan inovasi-inovasi. Setiap Lembaga Keuangan Mikro memiliki tingkat kapabilitas inovasi yang berbeda, namun kegiatan inovatif harus difokuskan pada beberapa aspek secara bersamaan seperti produk baru, sistem organisasi yang baru, teknik pemasaran baru, dan sistem administrasi atau teknologi proses yang baru (Lin & Chen, 2007). Inovasi produk pada industri keuangan mikro, salah satunya skema kredit individu dan kelompok menjadi produk kredit yang banyak ditawarkan kepada nasabah. Penelitian terkait pengaruh skema kredit pada peminjam yang dilakukan oleh (Fitzsimons, et al., 2014) di Lembaga Keuangan Mikro Mongolia, menemukan bahwa kredit mikro kelompok lebih memengaruhi pengelolaan bisnis yang dilakukan oleh peminjam perempuan. Inovasi proses dapat dilihat dengan adanya penerapan teknologi *interactive voice response (IVR)* atau biasa disebut dengan *call center*, yang dapat membantu nasabah untuk mendapatkan informasi lebih cepat melalui via telepon selain itu penggunaan *personal digital assistants (PDAs)* yang bermanfaat bagi staf LKM untuk mengelola data nasabah dan perhitungan kinerja keuangan LKM (Nugroho & Miles, 2009).

Kurangnya transparansi memunculkan masalah atau ketidakpercayaan bagi pihak internal dan eksternal, seperti orang tidak dapat memastikan apakah debitur diberi harga yang adil atau diberikan dengan persyaratan ramah (Mersland &



Strom, 2010). Maka dari itu Lembaga Keuangan Mikro melakukan inovasi untuk mengatasi masalah tersebut yaitu mendaftarkan perusahaannya ke Otoritas Jasa Keuangan, sehingga mendapatkan sertifikat legal yang dapat memberikan kepercayaan kepada nasabah. Sedangkan untuk mengenalkan produk Lembaga Keuangan Mikro, mereka melakukan inovasi pada teknik pemasaran seperti melakukan promosi melalui *leaflet*, *sms blast*, dan melalui iklan di media sosial (McCarty, 2007).

### **2.3 Kinerja Perusahaan**

Inovasi strategis dianggap sebagai pengembangan dan aplikasi baru, dengan tujuan meluncurkan kebaruan ke dalam bidang ekonomi. Inovasi memiliki kepentingan komersial yang besar karena potensinya dalam meningkatkan efisiensi dan profitabilitas perusahaan. Menurut Fagerberg and Mowery (2004) alasan utama perusahaan untuk melakukan inovasi adalah keinginan perusahaan untuk mendapatkan peningkatan kinerja bisnis dan peningkatan daya saing. Odhiambo (2008) melakukan penelitian tentang penerapan strategi inovasi di *Standard Chartered Bank* dan menyimpulkan bahwa dengan munculnya globalisasi, lembaga keuangan dituntut untuk meningkatkan cara mereka melakukan bisnis agar lebih menarik dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Venkatraman and Ramanujam (1986) mengemukakan bahwa kinerja perusahaan adalah beberapa konstruksi hierarkis yang menunjukkan kinerja keuangan dan kinerja operasional seperti pangsa pasar dan kualitas. Kinerja inovatif sebagai salah satu pendorong terpenting dari aspek lain dari kinerja organisasi dalam beberapa literatur, contohnya (Han, et.al, 1998) menekankan bahwa kinerja inovatif sebagai kombinasi sinergis dari hasil inovasi teknis dan administrasi berkontribusi positif terhadap kinerja organisasi perusahaan. Mereka juga menegaskan bahwa kinerja inovatif adalah mata rantai yang hilang antara orientasi strategis organisasi dan kinerja organisasi.

#### **2.3.1 Kinerja Inovatif**

Kinerja inovatif dalam arti sempit mengacu pada hasil dari perusahaan dalam memperkenalkan penemuannya ke pasar, yaitu tingkat pengenalan produk baru, sistem proses baru, atau perangkat baru (Christopher Freeman & Soete, 1997). Sedangkan pemahaman yang lebih luas tentang kinerja inovatif mencakup tiga

ukuran yaitu *R&D*, paten, dan pengenalan produk baru (Ernst, 2001). Hagedoorn dan Cloudt (2003) menyimpulkan bahwa kinerja inovatif adalah suatu konstruksi gabungan berdasarkan berbagai indikator kinerja yang berkaitan, misalnya, dengan paten baru, pengenalan produk baru, proyek baru, proses baru, dan pengaturan organisasi baru. Sementara itu, Han, Kim, dan Srivastava (1998) menekankan bahwa kinerja inovatif sebagai kombinasi sinergis dari hasil inovasi teknis dan administratif yang memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas. Mereka juga menegaskan bahwa kinerja inovatif adalah kaitan yang hilang antara orientasi strategis dan kinerja organisasi. Singkatnya, setelah kinerja inovatif meningkatkan kinerja pemasaran juga akan memperbaiki kinerja keuangan melalui mediasi antara inovasi dan kinerja perusahaan.

### **2.3.2 Kinerja Pasar**

Kinerja pasar dapat diartikan sebagai sejauh mana perusahaan memperoleh hasil terkait pasar terhadap pesaing mereka sehubungan dengan kepuasan pelanggan, akuisisi pelanggan baru, kesetiaan pelanggan, dan sebagainya (Oh, Cho, dan Kim 2014). Konsep pemasaran pada dasarnya menyarankan bahwa kinerja *superior judgmental* (kualitas, kepuasan pelanggan, kepuasan karyawan) adalah nilai untuk kinerja pasar superior dan keuangan (kinerja keuangan secara subyektif) perusahaan (Rajapathirana & Hui, 2017).

### **2.3.3 Kinerja Keuangan**

Kinerja keuangan perusahaan merupakan pencapaian prestasi perusahaan dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan tersebut (Sutrisno, 2009). Sedangkan menurut Jumingan (2006) kinerja keuangan merupakan gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu baik menyangkut aspek penghimpunan dana maupun penyaluran dana, yang biasanya diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas. Kinerja perusahaan dapat diukur melalui kinerja keuangan perusahaan yang tercermin dalam rasio-rasio keuangan. Rasio-rasio keuangan untuk mengukur kinerja keuangan pada penelitian ini antara lain *return on investmen* (ROI), *return on asset* (ROA), *return of equity* (ROE), profitabilitas, dan *non-performing loan* (NPL).

## **2.4 Kajian Penelitian Terdahulu**

Pada sub bab ini akan dijelaskan secara detail mengenai kajian penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini.

### **1. *Effect of Financial Innovations On Performance of Microfinance Institutions In Nakuru Town, Kenya***

Penelitian oleh Kibugo dan Maina (2016) bertujuan menentukan pengaruh inovasi keuangan terhadap kinerja Lembaga Keuangan Mikro di Kenya dengan menggunakan teori inovasi institusional yang diinduksi, teori permintaan-penawaran inovasi, teori difusi inovasi, dan teori nilai tambah ekonomi. Hasil dari penelitian ini digunakan untuk mengindikasikan bahwa inovasi institusional, inovasi produk, dan inovasi proses memengaruhi kinerja Lembaga Keuangan Mikro. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis regresi berganda dan *analysis of variance* (ANOVA) pada 70 responden yang dianalisis. Penelitian tersebut menjadi referensi karena Kenya merupakan negara berkembang, sehingga hasil penelitiannya akan relevan untuk penelitian-penelitian di negara berkembang lainnya. Selain itu, penelitian tersebut berkontribusi dalam penentuan objek penelitian, penentuan beberapa indikator variabel kinerja keuangan, penyusunan kalimat pada kuesioner penelitian dan pertimbangan rekomendasi hasil penelitian.

### **2. *Influence of Strategic Innovation on Performance of Commercial Banks In Kenya: The Case of Kenya Commercial Bank In Nairobi County***

Studi yang dilakukan oleh Lilly dan Jurna (2014) bermaksud untuk menemukan hubungan antara inovasi strategis dan kinerja bank-bank komersial di Kenya. Studi ini menggunakan metode analisis deskriptif regresi berganda dengan mengukur inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, dan inovasi organisasi terhadap kinerja bank komersial meliputi kinerja keuangan dan kinerja pasar. Jumlah responden penelitian ini sebanyak 119 manajer pada bank komersial di Nairobi. Hasil studi tersebut mungkin sesuai untuk studi-studi terkait kinerja bank komersial yang dilakukan di negara berkembang lainnya. Kontribusi studi tersebut adalah penentuan variabel jenis inovasi dan pertimbangan rekomendasi dari hasil penelitian.

### ***3. Exploring Innovations in Microfinance Institutions in Northern Ghana***

Tujuan utama pada penelitian yang dilakukan oleh Dary (2013) adalah mengeksplorasi inovasi yang dilakukan oleh Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang beroperasi di tiga wilayah utara Ghana. Penelitian ini menggunakan metode analisis statistik deskriptif dan analysis of variance (ANOVA) dari 41 Lembaga Keuangan Mikro yang terdiri atas perusahaan simpan pinjam, serikat koperasi, dan rural bank. Pada penelitian ini menemukan bahwa LKM di tiga wilayah utara Ghana telah menerapkan inovasi sejak tahun 2010. Inovasi yang diterapkan tersebut antara lain inovasi produk (simpanan dan pinjaman), inovasi pemasaran, microinsurance, inovasi lokasi, dan inovasi RnD. Penelitian tersebut memberikan kontribusi dalam penetapan pertanyaan kuesioner penelitian bagian demografi responden dan tata kelola usaha unit survei.

### ***4. Relationship between kapabilitas inovasi, innovation type, and firm performance***

Rajapathirana dan Hui (2017) melakukan penelitian tentang eksplorasi hubungan antara kemampuan berinovasi, jenis inovasi dan beberapa aspek kinerja perusahaan antara lain kinerja inovasi, kinerja pasar, dan kinerja keuangan pada industri asuransi di Sri Lanka berdasarkan studi empiris. Responden pada penelitian ini sebanyak 379 responden yang terdiri *top level manager* pada perusahaan asuransi di Sri Lanka, dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan *structural equation modeling* (SEM). Tujuan hasil penelitian ini dapat memberikan arahan terhadap manajemen kemampuan inovasi secara efektif yang membantu memberikan hasil inovasi yang lebih efektif untuk menghasilkan kinerja yang lebih baik dan bermanfaat bagi manajemen perusahaan asuransi. Hasil penelitian mungkin relevan untuk penelitian-penelitian yang dilakukan di negara berkembang lainnya, dengan subjek penelitian perusahaan jasa. Penelitian tersebut memiliki kontribusi dalam penentuan *framework*, variabel dan indikator kapabilitas inovasi, jenis inovasi, dan kinerja LKM, skala *likert*, pembuatan kuesioner penelitian, dan pertimbangan rekomendasi dari hasil penelitian.

### **5. *Effects of innovation types on firm performance***

Penelitian yang dilakukan Gunday et al. (2011) bertujuan memaparkan pengaruh inovasi organisasi, proses, produk dan pemasaran pada berbagai aspek kinerja perusahaan, termasuk kinerja inovasi, produksi, pasar dan keuangan. Penelitian ini dilakukan pada 184 perusahaan manufaktur di Turki dan kuesioner penelitian ditujukan pada tingkat manajer perusahaan. Penelitian ini menunjukkan adanya efek positif inovasi pada kinerja industri manufaktur. Penggunaan *principal component analysis* (PCA) ditujukan untuk mengurangi kumpulan variabel yang lebih besar menjadi serangkaian skala yang lebih mudah dikelola, karena jumlah awal variabel terlalu besar untuk melakukan analisis keterkaitan individu dan pendekatan *structural equation modeling* (SEM) untuk mengukur hubungan antar variabel. Penelitian tersebut akan sesuai untuk penelitian lain yang dilakukan di negara berkembang lainnya, karena penelitian ini dilakukan di negara Turki yang merupakan negara berkembang. Kontribusi penelitian tersebut antara lain dalam pemilihan indikator variabel kinerja pasar dan kinerja keuangan, pertimbangan rekomendasi dari hasil penelitian, sebagai jurnal pembandingan terkait hasil penelitian, dan teori terkait 4 jenis inovasi.

### **6. *Relationships between Innovation Capabilities, Business Performance, Marketing Performance and Financial Performance: A Literature Review***

Sebuah penelitian yang dilakukan Alam et al. (2013) dirancang untuk meninjau literatur yang tersedia tentang kemampuan berinovasi perusahaan dan pengaruh inovasi terhadap kinerja (yaitu kinerja bisnis, pemasaran, dan keuangan). Setelah melakukan tinjauan 19 literatur jurnal terkait inovasi, menunjukkan bahwa untuk mendapatkan hasil kinerja perusahaan yang lebih besar, perusahaan harus mengimplementasikan budaya inovasi yang efektif. Penelitian tersebut berkontribusi pada teori terkait 4 jenis inovasi dan kinerja keuangan serta sebagai bahan pertimbangan rekomendasi hasil penelitian.

### **7. *Pengaruh Dukungan Pengembangan Bisnis Terhadap Absorptive Capability, Inovasi, dan Kinerja UMKM Di Jawa Timur***

Sebuah penelitian yang dilakukan Fahma, (2018) dirancang untuk meninjau pengaruh dukungan pengembangan bisnis terhadap tingkat *absorptive capability*, inovasi, dan kinerja UMKM di Jawa Timur. Penelitian ini memberikan implikasi

teoritis serta implikasi manajerial mengenai langkah yang harus diambil oleh UMKM untuk meningkatkan kinerja perusahaannya melalui pengembangan bisnis dan peningkatan inovasi. Jumlah responden penelitian ini sebanyak 66 UMKM binaan LPB Mitra Bersama dan metode yang digunakan dalam menganalisis adalah *partial least square-structural equation modeling* (PLS-SEM). Penelitian tersebut berkontribusi sebagai penentuan metode pengolahan data penelitian.

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No.	Referensi	Tujuan dan Metode Penelitian	Hasil	Keterkaitan dengan Penelitian Terdahulu
1	<b>Kibugo and Maina (2016)</b> <i>Effect of Financial Innovations On Performance of Microfinance Institutions In Nakuru Town, Kenya</i>	Mengetahui pengaruh inovasi keuangan terhadap kinerja LKM di Kenya. Analisis regresi berganda; <i>analysis of variance</i> (ANOVA)	Mengemukakan bahwa inovasi dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif jika perusahaan memahami kebutuhan pelanggan, tindakan pesaing, dan pengembangan teknologi. Penelitian ini merekomendasikan bahwa dalam rangka untuk meningkatkan kinerja perusahaan, manajemen LKM harus fokus pada kegiatan perusahaan yang selaras dengan pembaruan rutinitas, prosedur dan proses secara inovatif di perusahaan. Hal tersebut akan memberikan dampak positif meningkatkan kinerja LKM	Penentuan objek penelitian, penentuan beberapa indikator variabel kinerja keuangan, penyusunan kalimat pada kuesioner penelitian dan pertimbangan rekomendasi hasil penelitian
2	<b>Lilly and Jurna (2014)</b> <i>Influence of Strategic Innovation on Performance of Commercial Banks In Kenya: The Case of Kenya Commercial Bank In Nairobi County</i>	Mengetahui hubungan antara strategi inovasi dan kinerja pada perbankan komersial di Kenya. Analisis deskriptif regresi berganda	Menemukan bahwa inovasi strategis yang diadopsi oleh bank sangat mempengaruhi kinerja bank. Ada hubungan positif dan signifikan antara aspek manajemen biaya inovasi strategis, peningkatan kualitas yang berkelanjutan, dan langkah-langkah inovatif pemasaran dan kinerja bank komersial. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan bahwa manajemen bank dan pemegang saham harus menerapkan manajemen biaya, inovasi pemasaran, inovasi proses dan strategi peningkatan kualitas dalam operasi organisasi mereka melalui implementasi teknologi.	Penentuan variabel jenis inovasi dan pertimbangan rekomendasi dari hasil penelitian
3	<b>Dary (2013)</b> <i>Exploring Innovations in Microfinance Institutions in Northern Ghana</i>	Mengeksplor inovasi yang diterapkan pada LKM di Ghana. Analisis statistik deskriptif; <i>analysis of variance</i> (ANOVA)	Terdapat hubungan yang signifikan antara karakteristik perusahaan seperti frekuensi rapat dewan, profil pendidikan staf, struktur kepemilikan, jumlah cabang/ outlet, tahun beroperasi, lokasi perusahaan, dan beberapa indikator inovasi dengan kinerja perusahaan. Pengerapan <i>microinsurance</i> pada LKM tergolong rendah, karena kenyataan bahwa inovasi datang dengan risiko, LKM disarankan untuk melakukan analisis risiko sebelum menerapkan inovasi.	Penetapan pertanyaan kuesioner penelitian bagian demografi responden dan tata kelola usaha unit survei

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu (lanjutan)

No.	Peneliti	Tujuan dan Metode Penelitian	Hasil	Keterkaitan dengan Penelitian Terdahulu
4	<b>Rajapathirana and Hui (2017)</b> <i>Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance</i>	Mengetahui hubungan antara kapabilitas inovasi, inovasi, dan kinerja pada perusahaan asuransi di Sri Lanka. Analisis deskriptif; (SEM)	Kemampuan berinovasi memiliki dampak positif pada implementasi jenis inovasi dan kinerja inovasi perusahaan. Penelitian ini dapat memberikan arahan terhadap manajemen kemampuan inovasi secara efektif yang membantu memberikan hasil inovasi yang lebih efektif untuk menghasilkan kinerja yang lebih baik dan bermanfaat bagi manajemen perusahaan asuransi.	Penentuan <i>framework</i> , variabel dan indikator kapabilitas inovasi, jenis inovasi, dan kinerja LKM, skala <i>likert</i> , pembuatan kuesioner penelitian, dan pertimbangan rekomendasi dari hasil penelitian
5	<b>Gunday et al. (2011)</b> <i>Effects of innovation types on firm performance</i>	Mengetahui dampak adanya jenis inovasi terhadap kinerja perusahaan manufaktur di Tukey PCA dan SEM	Hasil menemukan bahwa adanya efek positif inovasi pada kinerja industri manufaktur. Perusahaan yang inovatif memiliki <i>market share</i> , total penjualan, dan nilai ekspor yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan inovasi.	Pemilihan indikator variabel kinerja pasar dan kinerja keuangan, pertimbangan rekomendasi dari hasil penelitian, sebagai jurnal pembandingan terkait hasil penelitian, dan teori terkait 4 jenis inovasi
6	<b>Alam et al. (2013)</b> <i>Relationships between Innovation Capabilities, Business Performance, Marketing Performance and Financial Performance: A Literature Review</i>	Meninjau kembali beberapa kajian terdahulu tentang keabilitas inovasi dan kinerja perusahaan (bisnis, pasar, dan keuangan). <i>Literature review</i>	Menunjukkan bahwa untuk mendapatkan dampak yang lebih besar pada kinerja keseluruhan perusahaan, organisasi harus menerapkan budaya inovasi yang efektif. Ini akan membantu organisasi tumbuh dalam skala yang lebih besar.	Teori terkait 4 jenis inovasi dan kinerja keuangan serta sebagai bahan pertimbangan rekomendasi hasil penelitian
7	<b>Fahma (2018)</b> Pengaruh Dukungan Pengembangan Bisnis Terhadap <i>Absorptive Capability</i> , Inovasi, dan Kinerja UMKM Di Jawa Timur	Mengetahui pengaruh adanya dukungan pengembangan bisnis terhadap <i>absorptive capability</i> , inovasi, dan kinerja UMKM di Jawa Timur. <i>Partial least square-structural equation modeling (PLS-SEM)</i>	Menunjukkan bahwa dukungan pengembangan bisnis secara langsung tidak menunjukkan hasil yang signifikan terhadap kinerja inovasi namun memiliki pengaruh secara tidak langsung melalui kapasitas serap. Oleh karena itu, sangat diperlukan bagi UMKM untuk memiliki kapasitas serap yang baik.	Penentuan metode pengolahan data penelitian



## **2.5 Research Gap**

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, terdapat persamaan yang dilakukan dalam penelitian sebelumnya. Terdapat persamaan pada penelitian yang dilakukan oleh Kibugo dan Maina (2016) dan Dary (2013), yaitu objek penelitian yang digunakan. Sementara perbedaan antara penelitian yang saat ini dilakukan dan penelitian yang telah dilakukan oleh Lilly dan Jurna (2014), Rajapathirana dan Hui (2017), Gunday, et al. (2011), dan Soleh (2008) adalah sasaran responden, lokasi dilakukannya penelitian, dan metode analisis yang digunakan. Selain itu penelitian yang dilakukan Kibugo dan Maina (2016) membahas beberapa jenis inovasi yang dapat memengaruhi kinerja perusahaan, tetapi penelitian ini melibatkan inovasi pemasaran. Dengan demikian penelitian ini berbeda dari sisi responden, metode penelitian, indikator pada variabel kinerja keuangan dan lokasi penelitian. Penelitian ini diharapkan memberikan kebaruan dalam dunia manajemen bisnis, khususnya pada ilmu penerapan inovasi.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai waktu dan lokasi penelitian, desain penelitian, dan teknik pengolahan dan analisis data.

#### **3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di 8 kabupaten dan kota di Provinsi Jawa Timur. Pemilihan Provinsi Jawa Timur sebagai tempat penelitian dikarenakan beberapa alasan. Alasan pertama karena Provinsi Jawa Timur merupakan provinsi terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta dengan tingkat kontribusi ekonomi sebesar 14,40 persen terhadap perekonomian Indonesia (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, 2017)

Sektor keuangan di Jawa Timur mencatatkan kinerja yang positif, tidak terlepas dari kontribusi industri BPR/BPRS yang pertumbuhan aset, DPK, dan kreditnya masing-masing mencapai 8,59 persen, 11,37 persen, dan 4,96 persen (yoy) pada triwulan I 2018 (Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur, 2018). Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2017) merilis data bahwa koperasi lebih banyak berkonsentrasi di Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Sumatera Utara. Provinsi yang memiliki daya saing koperasi yang komparatif tertinggi adalah Provinsi Kalimantan Barat, Jawa Timur, dan Nusa Tenggara Timur (Agusalim, Yaddarabullah, & Karim, 2018). Waktu penelitian dilakukan pada bulan September sampai dengan Februari 2019. *Timeline* penelitian dari identifikasi masalah hingga sidang akhir penelitian akan disajikan pada tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3.1 Timeline Penelitian

	September			Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret		April	
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	4	
Identifikasi Masalah	■	■																									
Studi Literatur			■	■	■																						
Kajian Metode Penelitian			■	■	■																						
Seminar Proposal						■																					
Revisi Proposal							■	■																			
Persiapan Instrumen Penelitian									■	■	■	■	■														
Pengumpulan Data													■	■	■	■	■										
Pengolahan Data																	■	■	■	■							
Finalisasi Laporan																				■	■	■	■	■			
Sidang Akhir																										■	

## **3.2 Desain Penelitian**

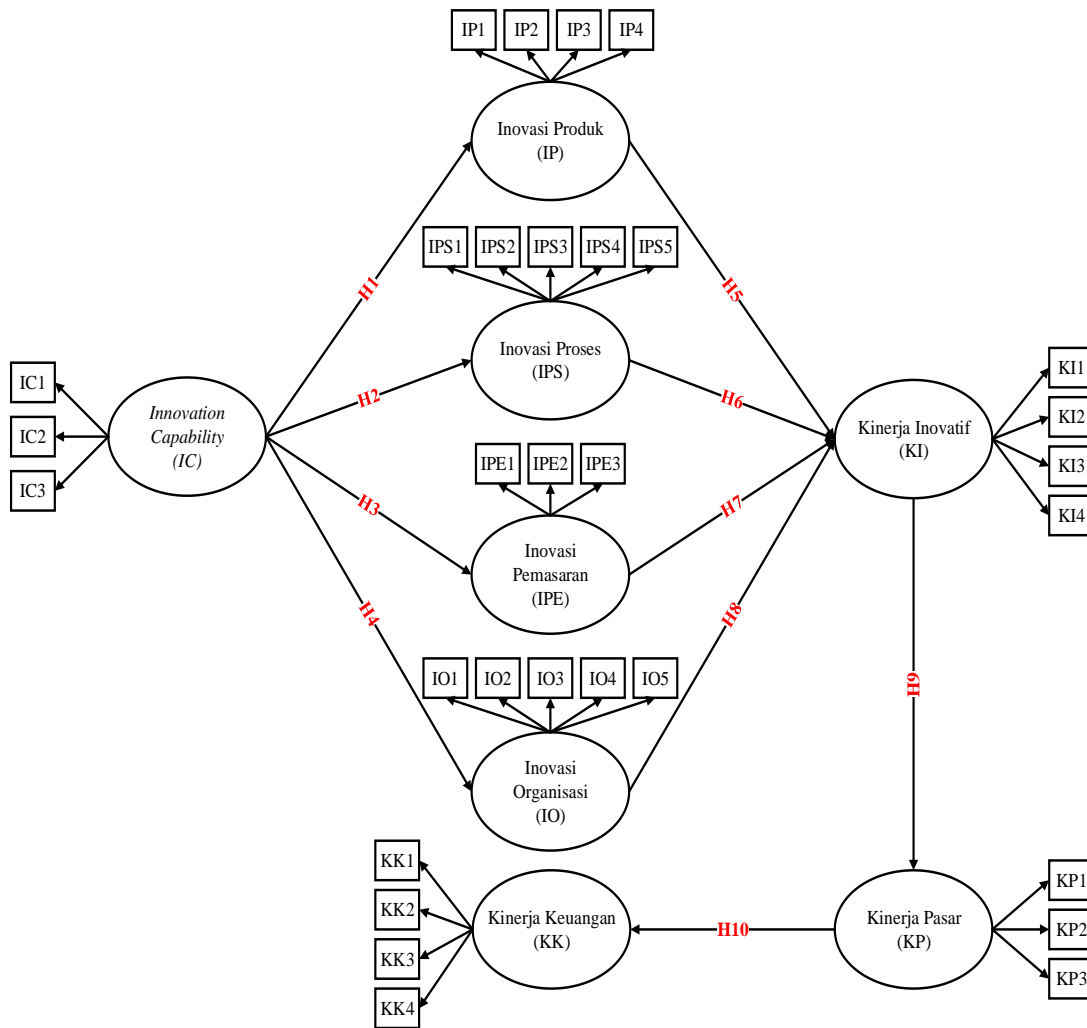
Desain penelitian merupakan kerangka kerja atau *blueprint* dari pelaksanaan riset pemasaran yang terdiri atas detail prosedur yang akan dilakukan untuk memperoleh informasi yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah dalam penelitian.

### **3.2.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan model penelitian (*quantitative – conclusive – descriptive analysis*). Penelitian kuantitatif digunakan untuk mengukur data dan menerapkan bentuk analisis statistik dalam penggunaannya (Malhotra, 2010). Tujuan dari penelitian yang bersifat konklusif adalah untuk menguji sebuah hubungan antar variabel dan hipotesis dari penelitian (Malhotra, 2010). Menurut Malhotra (2010), penelitian yang bersifat deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan sesuatu, pada umumnya suatu karakteristik atau fungsi pasar. Teknik pengambilan data penelitian yang menggunakan teknik *multiple cross sectional*, yaitu teknik pengambilan sampel sebanyak dua atau lebih responden dan informasi yang didapat dari setiap responden hanya satu kali (Malhotra, 2010).

### **3.2.2 Model Penelitian**

Model penelitian yang digunakan mengacu pada penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Rajapathirana & Hui, (2017). Pada penelitian tersebut menerapkan tiga model yaitu pendekatan kemampuan dinamik pada inovasi, model *OECD's Frascati Manual* dan melihat kinerja inovatif sebagai mediator antara jenis inovasi dan kinerja perusahaan. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kinerja perusahaan yang dilakukan oleh Rajapathirana & Hui (2017) yaitu mengukur 3 jenis kinerja yaitu kinerja inovatif, pasar, dan keuangan. Untuk menghubungkan antara keempat jenis inovasi dan kinerja pasar melalui kinerja inovatif. Berikut adalah model penelitian yang digunakan.



Gambar 3.1 Model Penelitian

### 3.2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan model penelitian diatas, berikut hipotesis yang digunakan pada penelitian ini:

- H1: Kapabilitas inovasi memiliki pengaruh positif pada inovasi produk (Rajapathirana dan Hui, 2017)
- H2: Kapabilitas inovasi memiliki pengaruh positif pada inovasi proses (Rajapathirana dan Hui, 2017)
- H3: Kapabilitas inovasi memiliki pengaruh positif pada inovasi pemasaran (Rajapathirana dan Hui, 2017)
- H4: Kapabilitas inovasi memiliki pengaruh positif pada inovasi organisasi (Rajapathirana dan Hui, 2017)

- H5: Inovasi produk memiliki pengaruh positif pada kinerja inovatif (Rajapathirana dan Hui, 2017)
- H6: Inovasi proses memiliki pengaruh positif pada kinerja inovatif (Rajapathirana dan Hui, 2017)
- H7: Inovasi pemasaran memiliki pengaruh positif pada kinerja inovatif (Rajapathirana dan Hui, 2017)
- H8: Inovasi organisasi memiliki pengaruh positif pada kinerja inovatif (Rajapathirana dan Hui, 2017)
- H9: Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kinerja inovatif terhadap kinerja pasar perusahaan (Rajapathirana dan Hui, 2017)
- H10: Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kinerja pasar terhadap kinerja keuangan perusahaan (Rajapathirana dan Hui, 2017)

#### **3.2.4 Data yang Dibutuhkan**

Penelitian ini membutuhkan data yang mewakili karakteristik dari pelaku Lembaga Keuangan Mikro formal di Jawa Timur yang belum atau telah memanfaatkan berbagai inovasi pada proses bisnisnya sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing dan kinerja perusahaan, sehingga dapat menjawab pertanyaan dari sejumlah variabel indikator pada kuesioner penelitian. Data tersebut didapatkan melalui pertanyaan yang tercantum dalam kuesioner, dimana terdiri atas pertanyaan yang dikembangkan berdasarkan penelitian Rajapathirana & Hui, (2017) dan Gunday et al. (2011).

Data yang digunakan pada penelitian ini terdiri atas data sekunder dan data primer. Data sekunder merupakan data pelengkap yang menambah informasi terkait permasalahan yang akan diteliti dengan cara mencatat, mengakses, atau meminta data tersebut ke pihak lain yang telah mengumpulkannya di lapangan (Istijanto, 2009). Data sekunder dapat diperoleh melalui studi literatur pada buku, artikel, catatan, jurnal, maupun informasi dari internet yang berhubungan dengan penelitian. Sedangkan data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2011). Data primer penelitian ini didapatkan melalui penyebaran kusioner *online* dengan metode *researcher-administrated questionnaire*.

Tabel 3.2 Data yang digunakan

Jenis Data	Definisi	Data yang dibutuhkan	Teknik pengumpulan data
<b>Data Sekunder</b>	Data pelengkap yang menambah informasi terkait permasalahan yang akan diteliti dengan cara mencatat, mengakses, atau meminta data tersebut ke pihak lain yang telah mengumpulkannya di lapangan (Sugiyono, 2011).	Daftar LKM, BPR/BPRS, dan koperasi di Jawa Timur.	Buku, jurnal, artikel, berita, catatan, dan informasi dari internet.
		Teori yang berkaitan dengan penelitian (pengertian dan pengelompokan LKM di Indonesia, pengertian dan jenis inovasi, dll).	
		Pengertian dan penjelasan seputar definisi indikator yang digunakan pada penelitian.	
		Penjelasan tentang metode penelitian yang terkait.	
<b>Data Primer</b>	Data utama yang digunakan dalam penyelesaian permasalahan penelitian. Pada umumnya menggunakan wawancara, observasi, dan kuesioner (Malhotra, 2011)	Data demografi responden dan unit survey.	<i>Survey online</i> menggunakan kuisisioner.
		Data mengenai jenis inovasi yang belum dan telah diterapkan Lembaga Keuangan Mikro.	
		Tingkat pencapaian kinerja perusahaan selama tiga tahun terakhir.	

### 3.2.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau nilai atau sifat dari objek yang memiliki variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014). Variabel penelitian disajikan pada tabel 3.3 dibawah ini.

Tabel 3.3 Variabel Penelitian

Variabel (Rajapathirana & Hui, 2017)	Indikator (Gunday et al., 2011; Rajapathirana & Hui, 2017)	Pengukuran
Kapabilitas inovasi	Budaya organisasi	Skala likert 1 hingga 5 yang meliputi: Sangat Tidak Setuju (1), Tidak setuju (2), Netral (3), Setuju (4), dan Sangat Setuju (5)
	Penggunaan sumber pengetahuan	
	Keterlibatan pihak internal dan eksternal	
Inovasi produk	Produk baru	
	Penambahan fitur produk	
	Peningkatkan kualitas produk	
Inovasi proses	Spesifikasi teknikal	Skala likert 1 hingga 5 yang meliputi: Sangat Tidak Setuju (1), Tidak setuju (2), Netral (3), Setuju (4), dan Sangat Setuju (5)
	Peningkatkan kecepatan implementasi	
	Membangun kerangka operasional	
	Proses online yang interaktif	
	Memiliki pedoman tata tertib kerja	
	Mengurangi biaya variabel	



Tabel 3.3 Variabel Penelitian (lanjutan)

Variabel (Rajapathirana & Hui, 2017)	Indikator (Gunday et al., 2011; Rajapathirana & Hui, 2017)	Pengukuran
Inovasi pemasaran	Media/ teknik promosi baru	Skala likert 1 hingga 5 yang meliputi: Sangat Tidak Setuju (1), Tidak setuju (2), Netral (3), Setuju (4), dan Sangat Setuju (5)
	Saluran penjualan baru	
	Media distribusi baru	
Inovasi organisasi	Praktik bisnis baru	
	Pembaruan sistem manajemen kinerja	
	Pembagian tanggung jawab	
	Pembaruan hubungan eksternal	
Kinerja inovatif	Pembaruan struktur organisasi	
	Kualitas produk atau pelayanan yang baru	
	Daya saing teknologi	
	Kemampuan pengenalan produk baru	
Kinerja pasar	Tingkat kebaruan produk baru	
	Total penjualan	
	Kepuasan pelanggan	
Kinerja keuangan	Market share	
	Profitabilitas	
	Return on asset (ROA)	
	Return on investment (ROI)	
	Return on equity (ROE)	

### 3.2.6 Perancangan Kuesioner

Kuesioner adalah formasi pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden untuk menyelesaikan masalah yang diangkat dalam suatu penelitian (Malhotra, 2010). Perancangan kuesioner, terdapat penyusunan dan pilot test yang dilakukan sebelum kuesioner tersebut disebarkan kepada responden.

#### 3.2.6.1. Penyusunan Kuesioner

Penyusunan kuesioner bertujuan memudahkan peneliti menyusun kuesioner yang ideal dan mudah dipahami responden, sehingga dalam pengisian kuesioner tidak terjadi ketidapahaman dan ambiguitas. Pada penelitian ini, kuesioner akan dibagi menjadi 3 bagian tabel 3.4

Tabel 3.4 Susunan Kuesioner

Bagian	Keterangan
<b>Introduction</b>	Menjelaskan maksud dan tujuan menyebarkan kuesioner, nama peneliti, judul penelitian, tingkat semester, dan asal universitas. Pada akhir bagian, peneliti meminta bantuan dan kesediaan responden untuk mengisi kuesioner
<b>Bagian Pertama</b>	Pertanyaan mengenai data umum yang digunakan pada penelitian ini yaitu profil, demografi, dan <i>usage</i> .
<b>Bagian Kedua</b>	Memuat pertanyaan mengenai penilaian responden terhadap pertanyaan-pertanyaan jenis inovasi yang belum atau telah diimplementasikan dan tingkat kinerja inovatif, pasar, dan keuangan perusahaan.
<b>Bagian Ketiga</b>	Berisi kritik dan saran dari responden untuk perbaikan kuesioner yang kiranya dapat membangun dan bermanfaat dalam membuat kuesioner selanjutnya

### **3.2.6.2. Pilot Test**

*Pilot test* adalah pengujian terhadap kuesioner yang telah dibuat dan disebarkan kepada sampel responden yang sedikit untuk mengidentifikasi dan eliminasi kemungkinan eror yang terjadi (Malhotra, 2010). Pada *pilot test* ini akan menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan serta penyusunan kalimat yang tidak menimbulkan ambiguitas, karena pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner merupakan terjemahan dari bahasa Inggris. Hasil dari *pilot test* digunakan untuk mengetahui kuesioner yang sudah dirancang dapat disebar atau belum. Oleh karena itu, *pilot test* pertama dilakukan kepada salah satu pakar dari Otoritas Jasa Keuangan untuk mengecek konten dan tata bahasa kuesioner. Setelah mendapatkan saran dan perbaikan tersebut, penulis meminta dua calon responden untuk mengisi kuesioner dan melihat apakah kuesioner telah mudah dipahami. Kemudian dapat diasumsikan bahwa responden tidak menghadapi masalah dalam pengisian kuesioner.

### **3.2.7 Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2014), teknik pengumpulan data adalah suatu cara yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data. Pengumpulan data yang pertama dilakukan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data pendukung seperti daftar Lembaga Keuangan Mikro Formal di Jawa Timur dan beberapa teori pendukung. Kemudian penyelesaian masalah dalam penelitian ini menggunakan teknik *expert judgement* yaitu penyelesaian masalah dengan mempertimbangkan pendapat ahli atau orang yang berpengalaman pada bidang tertentu. Dalam penelitian ini *expert judgement* melalui survei dengan menggunakan metode kuesioner untuk mendapatkan data primer penelitian. Pengumpulan data melalui kuesioner ini dilakukan secara *online* yang dilakukan oleh peneliti melalui *e-mail* yang sebelumnya telah membuat janji melalui telepon dan datang ke perusahaan secara langsung.

### **3.2.8 Populasi dan Sampel Penelitian**

Sugiyono (2014) mengemukakan bahwa populasi adalah suatu wilayah yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dalam penyelesaian masalah penelitian tersebut. Sedangkan sampel merupakan subkelompok dari populasi tertentu yang terpilih untuk berpartisipasi dalam penelitian (Sugiyono, 2011).

Populasi penelitian ini adalah Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur. Pada penelitian ini sampel yang digunakan pada adalah Lembaga Keuangan Mikro formal di Jawa Timur. Besar minimum sampel yang disarankan dalam analisis PLS didasarkan pada 10 kali dari besarnya indikator formatif terbanyak yang digunakan untuk mengukur 1 variabel laten, atau 10 kali dari jumlah jalur indikator struktural terbanyak yang ditunjukkan ke variabel laten tertentu dalam model struktural (Chin, 1998). Model dalam penelitian ini tidak memiliki indikator formatif. Jalur struktural indikator yang terbanyak dalam penelitian ini adalah 5, maka jumlah sampel minimum PLS pada penelitian ini sebanyak 50. Meskipun secara kualitatif penelitian ini cukup memerlukan 50 sampel, tetapi karena *respond rate* di Indonesia tergolong rendah maka peneliti menargetkan 100 sampel untuk penelitian ini.

### **3.2.9 Teknik Sampling**

Teknik *sampling* merupakan suatu cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel dan akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif (Margono, 2004). Menurut Malhotra (2010), teknik *sampling* dibagi menjadi dua yaitu non-probabilitas dan probabilitas. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2014). Teknik *sampling* ini terdiri dari 4 kategori antara lain *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, dan *sampling area (cluser)*. Sedangkan *non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2014). Teknik *sampling* ini dibagi menjadi 6 kategori yaitu *sampling sistematis*, *kuota*, *aksidental*, *purposive*, *jenuh*, dan *snowball*.

Penelitian ini menggunakan teknik *sampling* probabilitas dengan kategori *disproportionate stratified random sampling*, merupakan teknik pengambilan sampel dengan memperhatikan suatu tingkatan atau strata pada elemen populasi yang kurang proporsional (Sugiyono, 2014). Alasan menggunakan teknik *disproportionate stratified random sampling* adalah karena Lembaga Keuangan Mikro formal di Jawa Timur terbagi menjadi beberapa strata atau tingkatan dan

tidak memiliki jumlah populasi yang sama atau proposional tiap strata. Oleh karena itu, penulis memilih teknik *disproportionate stratified random sampling* yang menetapkan beberapa strata Lembaga Keuangan Mikro formal dengan jumlah yang tidak proposional.

Penelitian ini menggunakan 3 strata atau tingkatan Lembaga Keuangan Mikro formal sebagai sampel penelitian yaitu Lembaga Keuangan Mikro yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan yang berjumlah 14 unit berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan, Bank Perkreditan Rakyat/ Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPR/ BPRS) yang berjumlah 304 unit berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan, dan Koperasi yang berjumlah 27.446 unit berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. Penggunaan strata tersebut karena kategori Lembaga Keuangan Mikro formal di Jawa Timur terbagi menjadi 3 kategori.

### 3.3 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Setelah data primer terkumpul melalui kuesioner, tahap selanjutnya adalah teknik pengolahan dan analisis data. Berikut rincian pengolahan dan analisis data:

#### 3.3.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah gambaran atau deskripsi dari data yang telah didapatkan, analisis ini dilakukan tanpa maksud emmbuat kesimpulan yang bersifat umum (Sugiyono, 2014). Tujuan melakukan analisis deskriptif untuk mengubah sekumpulan data mentah menjadi bentuk yang lebih mudah dipahami berupa informasi (Istijanto, 2009). Pada analisis ini menggunakan alat statistik untuk mengetahui profil responden, demografi responden, dan *central tendency* dari pertanyaan ini dalam kuesioner.

##### 3.3.1.1. Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui data secara keseluruhan akan disajikan pada tabel 3.5 dibawah ini.

Tabel 3.5 Distribusi Frekuensi

Kategori	Definisi	Tujuan
<i>Mean</i>	Nilai rata-rata data yang didapatkan dari suatu populasi.	Untuk mengetahui nilai rata – rata (sebagai perwakilan) dari variabel penelitian.
<i>Sum</i>	Total dari nilai variabel yang digunakan pada penelitian ini.	Untuk mengetahui total nilai responden pada setiap variabel penelitian.

Tabel 3.5 Distribusi Frekuensi (lanjutan)

Kategori	Definisi	Tujuan
<i>Standard Error</i>	Merupakan nilai yang mencerminkan keakuratan sampel terhadap populasinya.	Mengetahui akurasi sampel terhadap suatu populasi.
<i>Standard Deviation</i>	Merupakan sebaran data yang digunakan untuk mencerminkan data tersebut, heterogen atau homogen.	Untuk mengetahui tingkat variasi data yang didapat.
<i>Variance</i>	Merupakan nilai dari jumlah kuadrat semua deviasi per individual terhadap nilai dari rata-rata kelompok.	Mengetahui tingkat validitas data yang digunakan dalam penelitian.

### 3.3.1.2. Analisis *Crosstabulation*

Analisis *crosstabulation* digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel baris dan kolom secara statistik (Priyatno, 2012). Analisis ini dilakukan untuk menghitung frekuensi dan persentase dua atau lebih variabel dengan menyilangkan antar variabel yang dianggap berhubungan sehingga hubungannya mudah dipahami (Sarwono, 2009). Salah satu ciri dari penggunaan data *crosstabulation* adalah data input yang digunakan yaitu data nominal atau ordinal (Santoso, 2012). Penelitian ini melakukan analisis *crosstabulation* dengan mengalikan 2 demografi responden dengan 1 *usage*, yaitu kategori Lembaga Keuangan Mikro, lama berdirinya Lembaga Keuangan Mikro, rata-rata omzet per tahun, dan variabel *usage* lama penerapan inovasi. Berikut daftar analisis *crosstabulation* yang dilakukan:

- Kategori LKM – Lama Penerapan Inovasi – Lama Berdirinya LKM
- Omzet Rata-rata Per Tahun – Lama Penerapan Inovasi – Lama Berdirinya LKM

### 3.3.2 *Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM)*

PLS-SEM adalah suatu pendekatan pemodelan kausal yang bertujuan memaksimalkan variansi dari variabel laten kriteria (variabel laten yang dihipotesiskan sebagai *outcome* dari variabel lain) yang dapat dijelaskan oleh variabel laten prediktor (variabel laten yang dihipotesiskan sebagai determinan variabel laten lainnya), tidak membutuhkan asumsi, dan tidak perlu menggunakan jumlah sampel yang besar (Yamin & Kurniawan, 2011). PLS-SEM dapat menganalisis model pengukuran atau konstruk dengan indikator reflektif tanpa menimbulkan masalah identifikasi. PLS-SEM juga berorientasi pada *component*

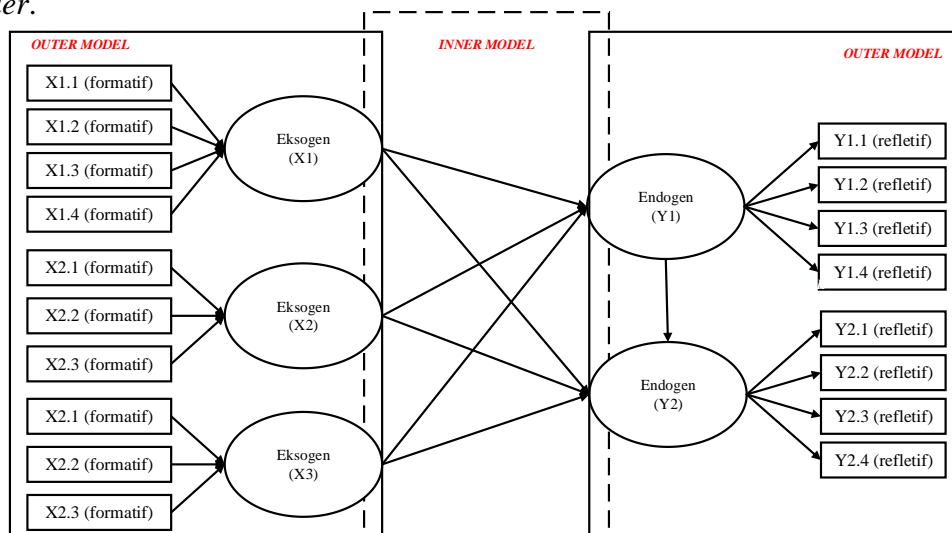
*based predictive model* dan menggunakan algoritma yang memungkinkan akan mendapatkan *the best weight estimate* di setiap variabel laten, selain itu PLS-SEM berbeda dengan SEM pada umumnya (*covariance based-SEM*) yang berbasis pada pembuktian teori dengan asumsi parametrik yang harus dipenuhi (Ghozali, 2011). PLS-SEM memiliki kelemahan yaitu tidak dapat diaplikasikan ketika model struktural berisi hubungan timbal balik antar variabel laten dan signifikansi tidak dapat dinilai, namun untuk mengatasi kelemahan PLS-SEM tersebut dapat menggunakan metode resampling atau *bootstrap* (Ghozali, 2011). Menurut Sumertajaya (2008) dan Ghozali (2011) analisis PLS-SEM dengan menggunakan *software* terdapat tujuh tahapan.

### 3.3.2.1. Konseptualisasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Rancangan model pengukuran (*outer model*) yang terdiri dari hubungan indikator-indikator dengan variabel latennya. *Outer model* merupakan salah satu bagian yang paling penting dalam analisis PLS-SEM, sebab hipotesis hubungan yang terjadi di *inner model* bergantung pada validitas dan reliabilitas dari *outer model* (Hair, Sarstedt, Hopkins, & Kuppelwieser, 2014).

### 3.3.2.2. Konseptualisasi Model Struktural (*Inner Model*)

Rancangan model struktural (*inner model*) merupakan model yang menggambarkan hubungan antar variabel laten. *Inner model* terdiri dari dua jenis konstruk laten yang tidak dapat diobservasi, yaitu konstruk *first order* dan *second order*.



Gambar 3.2 *Outer Model* dan *Inner Model*

Sumber: Hair et al. (2014)

### 3.3.2.3. Mengkonstruksi Diagram Jalur (*Path Diagram*)

Diagram jalur dikonstruksi dengan menggunakan model jalur yang menjelaskan hubungan antara variabel laten dan indikator-indikatornya, sehingga dengan mempresentasikan hubungan antara indikator dan konstruknya serta hubungan antara konstruk, maka peneliti akan lebih mudah untuk melihat model secara komprehensif.

### 3.3.2.4. Mengkonversi Diagram Jalur Ke Dalam Sistem Persamaan

#### a. *Outer Model*

*Outer model* adalah spesifikasi korelasi antara variabel laten dan indikatornya. Model indikator refleksif dapat ditulis persamaannya sebagai berikut:

$$x = \lambda_x \xi + \delta$$

$$y = \lambda_y \eta + \varepsilon$$

Keterangan:

x = indikator variabel laten independen  $\xi$

y = indikator variabel laten dependen  $\eta$

$\lambda_x$  = matriks *loading*, yang menggambarkan seperti koefisien regresi sederhana

$\lambda_y$  = matriks *loading*, yang menggambarkan seperti koefisien regresi sederhana

$\delta$  = residual/ kesalahan pengukuran

$\varepsilon$  = residual/ kesalahan pengukuran

Persamaan yang perlu dibuat yaitu persamaan untuk bagian *outer model* dan bagian *inner model*. Persamaan untuk bagian *outer model* juga terbagi untuk variabel laten eksogen dan endogen. Berikut persamaan untuk variabel eksogen kapabilitas inovasi.

$$x_1 = \lambda_{x_1} \xi + \delta_1$$

$\xi$  = Ksi sebagai variabel laten eksogen adalah kapabilitas inovasi

$\lambda_{x_1}$  = *loading factor* untuk indikator budaya organisasi

$X_1$  = Indikator budaya organisasi

$\delta_1$  = tingkat error untuk budaya organisasi

$$x_2 = \lambda_{x_2} \xi + \delta_2$$

$\lambda_{x_2}$  = *loading factor* untuk penggunaan sumber pengetahuan

$X_2$  = Indikator penggunaan sumber pengetahuan

$\delta_2$  = tingkat error untuk penggunaan sumber pengetahuan

$$x_3 = \lambda x_3 \xi + \delta_3$$

$\lambda x_3$  = *loading factor* untuk keterlibatan pihak internal dan eksternal

$X_3$  = Indikator keterlibatan pihak internal dan eksternal

$\delta_3$  = tingkat error untuk keterlibatan pihak internal dan eksternal

Setelah merumuskan bentuk persamaan untuk variabel eksogen kapabilitas inovasi per indikatornya, langkah yang selanjutnya perlu dikerjakan adalah variabel endogen inovasi produk, proses, pemasaran, dan organisasi serta kinerja inovatif, pasar, dan keuangan. Berikut adalah persamaan untuk inovasi produk.

$$y_1 = \lambda y_1 \eta_1 + \varepsilon_1$$

$\eta_1$  = Eta 1 sebagai variabel laten endogen pertama, yaitu inovasi produk

$\lambda y_1$  = *loading factor* untuk produk baru

$Y_1$  = Indikator produk baru

$\varepsilon_1$  = tingkat error untuk produk baru

$$y_2 = \lambda y_2 \eta_1 + \varepsilon_2$$

$\lambda y_2$  = *loading factor* untuk penambahan fitur produk

$Y_2$  = Indikator penambahan fitur produk

$\varepsilon_2$  = tingkat error untuk penambahan fitur produk

$$y_3 = \lambda y_3 \eta_1 + \varepsilon_3$$

$\lambda y_3$  = *loading factor* untuk meningkatkan kualitas produk

$Y_3$  = Indikator meningkatkan kualitas produk

$\varepsilon_3$  = tingkat error untuk meningkatkan kualitas produk

$$y_4 = \lambda y_4 \eta_1 + \varepsilon_4$$

$\lambda y_4$  = *loading factor* untuk spesifikasi teknis

$Y_4$  = Indikator spesifikasi teknis

$\varepsilon_4$  = tingkat error untuk spesifikasi teknis

Setelah merumuskan persamaan untuk variabel endogen inovasi produk, langkah selanjutnya yang dilakukan adalah merumuskan persamaan untuk inovasi proses. Berikut adalah hasil persamaan untuk inovasi proses.

$$y_1 = \lambda y_1 \eta_2 + \varepsilon_1$$

$\eta_2$  = Eta 2 sebagai variabel laten endogen kedua, yaitu inovasi proses

$\lambda y_1$  = *loading factor* untuk meningkatkan kecepatan implementasi



$Y_1$  = Indikator peningkatan kecepatan implementasi

$\varepsilon_1$  = tingkat error untuk peningkatan kecepatan implementasi

$$y_2 = \lambda y_2 \eta_2 + \varepsilon_2$$

$\lambda y_2$  = *loading factor* untuk membangun kerangka operasional

$Y_2$  = Indikator penambahan membangun kerangka operasional

$\varepsilon_2$  = tingkat error untuk membangun kerangka operasional

$$y_3 = \lambda y_3 \eta_2 + \varepsilon_3$$

$\lambda y_3$  = *loading factor* untuk proses online yang interaktif

$Y_3$  = Indikator peningkatan proses online yang interaktif

$\varepsilon_3$  = tingkat error untuk proses online yang interaktif

$$y_4 = \lambda y_4 \eta_2 + \varepsilon_4$$

$\lambda y_4$  = *loading factor* untuk memiliki pedoman tata tertib kerja

$Y_4$  = Indikator memiliki pedoman tata tertib kerja

$\varepsilon_4$  = tingkat error untuk memiliki pedoman tata tertib kerja

$$y_5 = \lambda y_5 \eta_2 + \varepsilon_5$$

$\lambda y_5$  = *loading factor* untuk mengurangi biaya variabel

$Y_5$  = Indikator mengurangi biaya variabel

$\varepsilon_5$  = tingkat error untuk mengurangi biaya variabel

Setelah merumuskan persamaan untuk variabel endogen inovasi proses, langkah selanjutnya yang dilakukan adalah merumuskan persamaan untuk inovasi pemasaran. Berikut adalah hasil persamaan untuk inovasi pemasaran.

$$y_1 = \lambda y_1 \eta_3 + \varepsilon_1$$

$\eta_3$  = Eta 3 sebagai variabel laten endogen ketiga, yaitu inovasi pemasaran

$\lambda y_1$  = *loading factor* untuk media/ teknik promosi baru

$Y_1$  = Indikator media/ teknik promosi baru

$\varepsilon_1$  = tingkat error untuk media/ teknik promosi baru

$$y_2 = \lambda y_2 \eta_3 + \varepsilon_2$$

$\lambda y_2$  = *loading factor* untuk saluran penjualan baru

$Y_2$  = Indikator saluran penjualan baru

$\varepsilon_2$  = tingkat error untuk saluran penjualan baru

$$y_3 = \lambda y_3 \eta_3 + \varepsilon_3$$

$\lambda y_3$  = *loading factor* untuk media distribusi baru

$Y_3$  = Indikator media distribusi baru

$\varepsilon_3$  = tingkat error untuk media distribusi baru

Setelah merumuskan persamaan untuk variabel endogen inovasi pemasaran, langkah selanjutnya yang dilakukan adalah merumuskan persamaan untuk inovasi organisasi. Berikut adalah hasil persamaan untuk inovasi organisasi.

$$y_1 = \lambda y_1 \eta_4 + \varepsilon_1$$

$\eta_4$  = Eta 4 sebagai variabel laten endogen keempat, yaitu inovasi organisasi

$\lambda y_1$  = *loading factor* untuk praktik bisnis baru

$Y_1$  = Indikator praktik bisnis baru

$\varepsilon_1$  = tingkat error untuk praktik bisnis baru

$$y_2 = \lambda y_2 \eta_4 + \varepsilon_2$$

$\lambda y_2$  = *loading factor* untuk pembaruan sistem manajemen kinerja

$Y_2$  = Indikator pembaruan sistem manajemen kinerja

$\varepsilon_2$  = tingkat error untuk pembaruan sistem manajemen kinerja

$$y_3 = \lambda y_3 \eta_4 + \varepsilon_3$$

$\lambda y_3$  = *loading factor* untuk pembagian tanggung jawab

$Y_3$  = Indikator pembagian tanggung jawab

$\varepsilon_3$  = tingkat error untuk pembagian tanggung jawab

$$y_4 = \lambda y_4 \eta_4 + \varepsilon_4$$

$\lambda y_4$  = *loading factor* untuk pembaruan hubungan eksternal

$Y_4$  = Indikator pembaruan hubungan eksternal

$\varepsilon_4$  = tingkat error untuk pembaruan hubungan eksternal

$$y_5 = \lambda y_5 \eta_4 + \varepsilon_5$$

$\lambda y_5$  = *loading factor* untuk pembaruan struktur organisasi

$Y_5$  = Indikator pembaruan struktur organisasi

$\varepsilon_5$  = tingkat error untuk pembaruan struktur organisasi

Setelah merumuskan persamaan untuk variabel endogen inovasi organisasi, langkah selanjutnya yang dilakukan adalah merumuskan persamaan untuk kinerja inovatif. Berikut adalah hasil persamaan untuk kinerja inovatif.

$$y_1 = \lambda y_1 \eta_5 + \varepsilon_1$$

$\eta_5$  = Eta 5 sebagai variabel laten endogen kelima, yaitu kinerja inovatif

$\lambda y_1$  = *loading factor* untuk kualitas produk atau pelayanan yang baru

$Y_1$  = Indikator kualitas produk atau pelayanan yang baru

$\varepsilon_1$  = tingkat error untuk kualitas produk atau pelayanan yang baru

$$y_2 = \lambda y_2 \eta_5 + \varepsilon_2$$

$\lambda y_2$  = *loading factor* untuk daya saing teknologi

$Y_2$  = Indikator daya saing teknologi

$\varepsilon_2$  = tingkat error untuk daya saing teknologi

$$y_3 = \lambda y_3 \eta_5 + \varepsilon_3$$

$\lambda y_3$  = *loading factor* untuk kemampuan pengenalan produk baru

$Y_3$  = Indikator kemampuan pengenalan produk baru

$\varepsilon_3$  = tingkat error untuk kemampuan pengenalan produk baru

$$y_4 = \lambda y_4 \eta_5 + \varepsilon_4$$

$\lambda y_4$  = *loading factor* untuk tingkat kebaruan produk baru

$Y_4$  = Indikator tingkat kebaruan produk baru

$\varepsilon_4$  = tingkat error untuk tingkat kebaruan produk baru

Setelah merumuskan persamaan untuk variabel endogen kinerja inovatif, langkah selanjutnya yang dilakukan adalah merumuskan persamaan untuk kinerja pasar. Berikut adalah hasil persamaan untuk kinerja pasar.

$$y_1 = \lambda y_1 \eta_6 + \varepsilon_1$$

$\eta_6$  = Eta 6 sebagai variabel laten endogen keenam, yaitu kinerja pasar

$\lambda y_1$  = *loading factor* untuk total penjualan

$Y_1$  = Indikator total penjualan

$\varepsilon_1$  = tingkat error untuk total penjualan

$$y_2 = \lambda y_2 \eta_6 + \varepsilon_2$$

$\lambda y_2$  = *loading factor* untuk kepuasan pelanggan

$Y_2$  = Indikator kepuasan pelanggan

$\varepsilon_2$  = tingkat error untuk kepuasan pelanggan

$$y_3 = \lambda y_3 \eta_6 + \varepsilon_3$$

$\lambda y_3$  = *loading factor* untuk *market share*

$Y_3$  = Indikator *market share*

$\varepsilon_3$  = tingkat error untuk *market share*

Setelah merumuskan persamaan untuk variabel endogen kinerja pasar, langkah selanjutnya yang dilakukan adalah merumuskan persamaan untuk kinerja keuangan. Berikut adalah hasil persamaan untuk kinerja keuangan.

$$y_1 = \lambda y_1 \eta_7 + \varepsilon_1$$

$\eta_7$  = Eta 7 sebagai variabel laten endogen ketujuh, yaitu kinerja keuangan

$\lambda y_1$  = *loading factor* untuk profitabilitas

$Y_1$  = Indikator profitabilitas

$\varepsilon_1$  = tingkat error untuk profitabilitas

$$y_2 = \lambda y_2 \eta_7 + \varepsilon_2$$

$\lambda y_2$  = *loading factor* untuk ROA

$Y_2$  = Indikator ROA

$\varepsilon_2$  = tingkat error untuk ROA

$$y_3 = \lambda y_3 \eta_7 + \varepsilon_3$$

$\lambda y_3$  = *loading factor* untuk ROI

$Y_3$  = Indikator ROI

$\varepsilon_3$  = tingkat error untuk ROI

$$y_4 = \lambda y_4 \eta_7 + \varepsilon_4$$

$\lambda y_4$  = *loading factor* untuk ROE

$Y_4$  = Indikator ROE

$\varepsilon_4$  = tingkat error untuk ROE

#### b. *Inner Model*

*Inner model* adalah spesifikasi korelasi antar variabel laten. Diasumsikan bahwa variabel laten dan indikator diskala *zero means* dan unit varian sama dengan 1, sehingga parameter konstanta dapat dihilangkan dari model. Persamaan yang pertama adalah persamaan untuk memetakan inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, dan inovasi organisasi.

$$\eta_1 = \gamma_1 \cdot \xi_1 + \zeta_1$$

$\eta_1$  = Variabel laten endogen pertama yaitu inovasi produk

$\gamma_1$  = Koefisien pengaruh variabel eksogen kapabilitas inovasi terhadap variabel endogen inovasi produk

$\xi_1$  = Variabel laten eksogen kapabilitas inovasi

$\zeta_1$  = Tingkat error yang diletakkan pada model penelitian

$$\eta_2 = \gamma_2 \cdot \xi_2 + \zeta_2$$

$\eta_2$  = Variabel laten endogen kedua yaitu inovasi proses

$\gamma_2$  = Koefisien pengaruh variabel eksogen kapabilitas inovasi terhadap variabel endogen inovasi proses

$\xi_2$  = Variabel laten eksogen kapabilitas inovasi

$\zeta_2$  = Tingkat error yang diletakkan pada model penelitian

$$\eta_3 = \gamma_3 \cdot \xi_3 + \zeta_3$$

$\eta_3$  = Variabel laten endogen ketiga yaitu inovasi pemasaran

$\gamma_3$  = Koefisien pengaruh variabel eksogen kapabilitas inovasi terhadap variabel endogen inovasi pemasaran

$\xi_3$  = Variabel laten eksogen kapabilitas inovasi

$\zeta_3$  = Tingkat error yang diletakkan pada model penelitian

$$\eta_4 = \gamma_4 \cdot \xi_4 + \zeta_4$$

$\eta_4$  = Variabel laten endogen keempat yaitu inovasi organisasi

$\gamma_4$  = Koefisien pengaruh variabel eksogen kapabilitas inovasi terhadap variabel endogen inovasi organisasi

$\xi_4$  = Variabel laten eksogen kapabilitas inovasi

$\zeta_4$  = Tingkat error yang diletakkan pada model penelitian

Persamaan menunjukkan persamaan yang dibentuk untuk keempat jenis inovasi. Variabel laten endogen keempat jenis inovasi hanya dipengaruhi oleh variabel laten eksogen kapabilitas inovasi. Persamaan yang selanjutnya dibuat adalah persamaan *inner model* untuk kinerja inovatif, kinerja pasar, dan kinerja keuangan.

$$\eta_5 = \gamma_1 \cdot \xi_1 + \beta_1 \cdot \eta_1 + \gamma_2 \cdot \xi_2 + \beta_2 \cdot \eta_2 + \gamma_3 \cdot \xi_3 + \beta_3 \cdot \eta_3 + \gamma_4 \cdot \xi_4 + \beta_4 \cdot \eta_4 + \zeta_5$$

$\eta_5$  = Variabel laten endogen pertama yaitu kinerja inovatif

$\gamma_1$  = Koefisien pengaruh variabel eksogen kapabilitas inovasi terhadap variabel endogen inovasi produk

$\xi_1$  = Variabel laten eksogen kapabilitas inovasi

$\beta_1$  = Koefisien pengaruh variabel endogen terhadap variabel endogen lainnya

$\eta_1$  = variabel laten endogen pertama yaitu inovasi produk

$\gamma_2$  = Koefisien pengaruh variabel eksogen kapabilitas inovasi terhadap variabel endogen inovasi proses

$\xi_2$  = Variabel laten eksogen kapabilitas inovasi

$\beta_2$  = Koefisien pengaruh variabel endogen terhadap variabel endogen lainnya

$\eta_2$  = variabel laten endogen pertama yaitu inovasi proses

$\gamma_3$  = Koefisien pengaruh variabel eksogen kapabilitas inovasi terhadap variabel endogen inovasi pemasaran

$\xi_3$  = Variabel laten eksogen kapabilitas inovasi

$\beta_3$  = Koefisien pengaruh variabel endogen terhadap variabel endogen lainnya

$\eta_3$  = variabel laten endogen pertama yaitu inovasi pemasaran

$\gamma_4$  = Koefisien pengaruh variabel eksogen kapabilitas inovasi terhadap variabel endogen inovasi organisasi

$\xi_4$  = Variabel laten eksogen kapabilitas inovasi

$\beta_4$  = Koefisien pengaruh variabel endogen terhadap variabel endogen lainnya

$\eta_4$  = variabel laten endogen pertama yaitu inovasi organisasi

$\zeta_5$  = Tingkat error yang diletakkan pada model penelitian

Selanjutnya persamaan *inner model* yang dibuat adalah persamaan untuk memetakan kinerja pasar sebagai berikut.

$$\eta_6 = \eta_5 + \beta_5 \cdot \eta_5 + \zeta_6$$

$\eta_6$  = Variabel laten endogen pertama yaitu kinerja pasar

$\beta_5$  = Koefisien pengaruh variabel endogen terhadap variabel endogen lainnya

$\eta_5$  = variabel laten endogen pertama yaitu kinerja inovatif

$\zeta_6$  = Tingkat error yang diletakkan pada model penelitian

Kemudian persamaan *inner model* yang terakhir adalah persamaan untuk kinerja keuangan.

$$\eta_7 = \eta_6 + \beta_6 \cdot \eta_6 + \zeta_7$$

$\eta_7$  = Variabel laten endogen pertama yaitu kinerja keuangan

$\beta_6$  = Koefisien pengaruh variabel endogen terhadap variabel endogen lainnya

$\eta_6$  = variabel laten endogen pertama yaitu kinerja pasar

$\zeta_7$  = Tingkat error yang diletakkan pada model penelitian

Setelah persamaan *outer model* dan *inner model* telah dibuat, langkah selanjutnya yang dilakukan adalah menspesifikasikan bobot untuk variabel laten. Tahapan ini akan didapatkan dengan menggunakan prosedur estimasi bobot melalui iterasi dalam software PLS yang akan digunakan.

### 3.3.2.5. Estimasi Parameter dalam PLS-SEM

PLS-SEM menggunakan metode kuadrat terkecil (*least square methods*) dalam metode estimasi parameter. Nilai estimasi tersebut didapatkan melalui proses iterasi tiga tahap yaitu estimasi bobot (*weight estimate*) yang digunakan untuk menciptakan nilai dari variabel laten, estimasi jalur (*path estimate*) yang digunakan untuk memperoleh nilai koefisien parameter untuk setiap variabel laten, dan estimasi rata-rata (*means*) serta lokasi parameter yang merupakan nilai konstanta regresi dari indikator dan variabel lain.

### 3.3.2.6. Evaluasi Model

Metode-metode yang digunakan dalam mengevaluasi model pengukuran dan model struktural sebagai berikut.

#### 3.3.3.6.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

##### 1. Evaluasi Model Pengukuran Reflektif

Evaluasi pada model pengukuran reflektif ini dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Tahapan ini akan didapatkan dengan menggunakan prosedur bobot melalui iterasi dalam software *SmartPLS* 3.2.8 yang akan digunakan.

##### a. *Convergent Validity*

*Convergent validity* dapat dievaluasi dari nilai *loading factor* ( $\lambda$ ). *Loading factor* menggambarkan besarnya korelasi antara setiap indikator dengan variabel latennya. Nilai *loading factor* di atas 0,7 dapat dikatakan ideal, artinya bahwa korelasi indikator tersebut dengan variabel latennya dikatakan signifikan. Apabila nilai *loading factor* lebih dari atau sama dengan 0,5 masih dapat ditoleransi atau diterima, sedangkan nilai *loading factor* di bawah 0,5 harus dihapus atau dikeluarkan dari model (Chin, 1998).

##### b. *Discriminant Validity*

Evaluasi *discriminant validity* dilakukan melalui dua tahap yaitu membandingkan nilai *square root of average* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi konstruk lainnya dengan nilai lebih besar dari 0,5 (Henseler, et al., 2009). Kriteria dalam *cross loading* adalah korelasi setiap indikator dengan variabel latennya harus lebih besar dibandingkan dengan korelasi terhadap variabel laten yang lain (Wiyono, 2011).

##### c. *Reliability*

Evaluasi *reliability* pada penelitian ini dilakukan dengan uji reliabilitas konstruk yang diukur dengan dua kriteria yaitu nilai *composite reliability* (CR) dan koefisien *cronbach's alpha*. Menurut Henseler, et al. (2009) nilai *composite reliability* harus lebih dari atau sama dengan 0,7, sedangkan nilai *cronbach's alpha* berada pada rentang 0 hingga 1 dengan nilai minimal 0,6 untuk dinyatakan konsisten atau *reliable*. Pengukuran reliabilitas harus dilakukan, karena jika instrumen yang digunakan sudah tidak *reliable* maka dipastikan hasil penelitian pun tidak akan *reliable*.

### 3.3.3.6.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Pada tahap ini hipotesis akan dievaluasi tingkat kecocokannya. Pengujian terhadap model structural dapat dilakukan dengan melihat nilai *R-square* ( $R^2$ ), *effect size* ( $F^2$ ), dan *Q-Square Predictive Relevance* ( $Q^2$ ).

- a. Nilai  $R^2$  dalam regresi linier yaitu besarnya variability variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh variabel independen. Hasil evaluasi akan menunjukkan nilai baik apabila koefisien korelasi antar variabel laten tersebut signifikan secara statistik yaitu nilai t-statistik lebih dari t-tabel. Chin (1998) menjelaskan kriteria batasan nilai  $R^2$  ini dalam tiga klasifikasi, yaitu nilai  $R^2$  0.67, 0.33, dan 0.19 sebagai substansial, moderat, dan lemah.
- b. Perubahan nilai  $R^2$  digunakan untuk melihat apakah pengukuran variabel laten independen terhadap variabel laten dependen memiliki pengaruh yang substantif (Ghozali, 2011). Hal tersebut dapat diukur melalui *effect size* ( $F^2$ ). Interpretasi nilai  $F^2$  sama yang direkomendasikan oleh Chin (1998) yaitu 0,02 memiliki pengaruh kecil, 0,15 memiliki pengaruh moderat dan 0,35 memiliki pengaruh besar pada level struktural.
- c. *Q-Square Predictive Relevance* ( $Q^2$ ) dapat digunakan untuk validasi kemampuan prediksi model, dengan rumus:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_i^2)$$

Apabila nilai  $Q^2$  lebih besar dari 0 dan tidak lebih dari 1, serta semakin mendekati nilai 1, maka dapat dikatakan bahwa model struktural fit dengan data atau memiliki prediksi yang relevansi (Ringle et al., 2009).

Untuk memvalidasi model struktural secara keseluruhan digunakan *Goodness of Fit* (GoF). Indeks GoF adalah ukuran tunggal untuk memvalidasi kinerja gabungan antara



model pengukuran dan model struktural. Untuk mendapatkan nilai GoF pada PLS-SEM harus dihitung secara manual menggunakan rumus (Tenenhaus, et al., 2004).

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

Apabila nilai GoF menunjukkan kurang dari 0,1 maka model fit dianggap lemah, nilai sama dengan atau lebih dari 0,25 dianggap moderat, dan nilai sama dengan atau lebih dari 0,38 dianggap baik.

### 3.3.2.7. Pengujian Hipotesis (*Boostraping*)

Metode *bootstrap* digunakan sebagai alat untuk membantu mengurangi kesalahan penggunaan distribusi normal dan penggunaannya. *Bootstrap* membuat data bayangan agar data bayangan memiliki sifat yang mirip dengan data asli dengan cara menggunakan informasi dari data asli dan memperlihatkan sifaat-sifat data asli. Metode *resampling* PLS-SEM dengan sampel kecil menggunakan *bootstrap standard error* untuk menilai tingkat signifikansi dan mendapatkan kestabilan estimasi model pengukuran dan model struktural dengan cara mencari estimasi dari *standard error* (Chin, 1998).

Hipotesis statistik untuk *outer model*:

$$H_0: \lambda_i = 0$$

$$H_1: \lambda_i \neq 0$$

Hipotesis statistik untuk *inner model* (pengaruh variabel independen terhadap dependen):

$$H_0: \gamma_i = 0$$

$$H_1: \gamma_i \neq 0$$

Hipotesis statistik untuk *inner model* (pengaruh variabel dependen terhadap dependen):

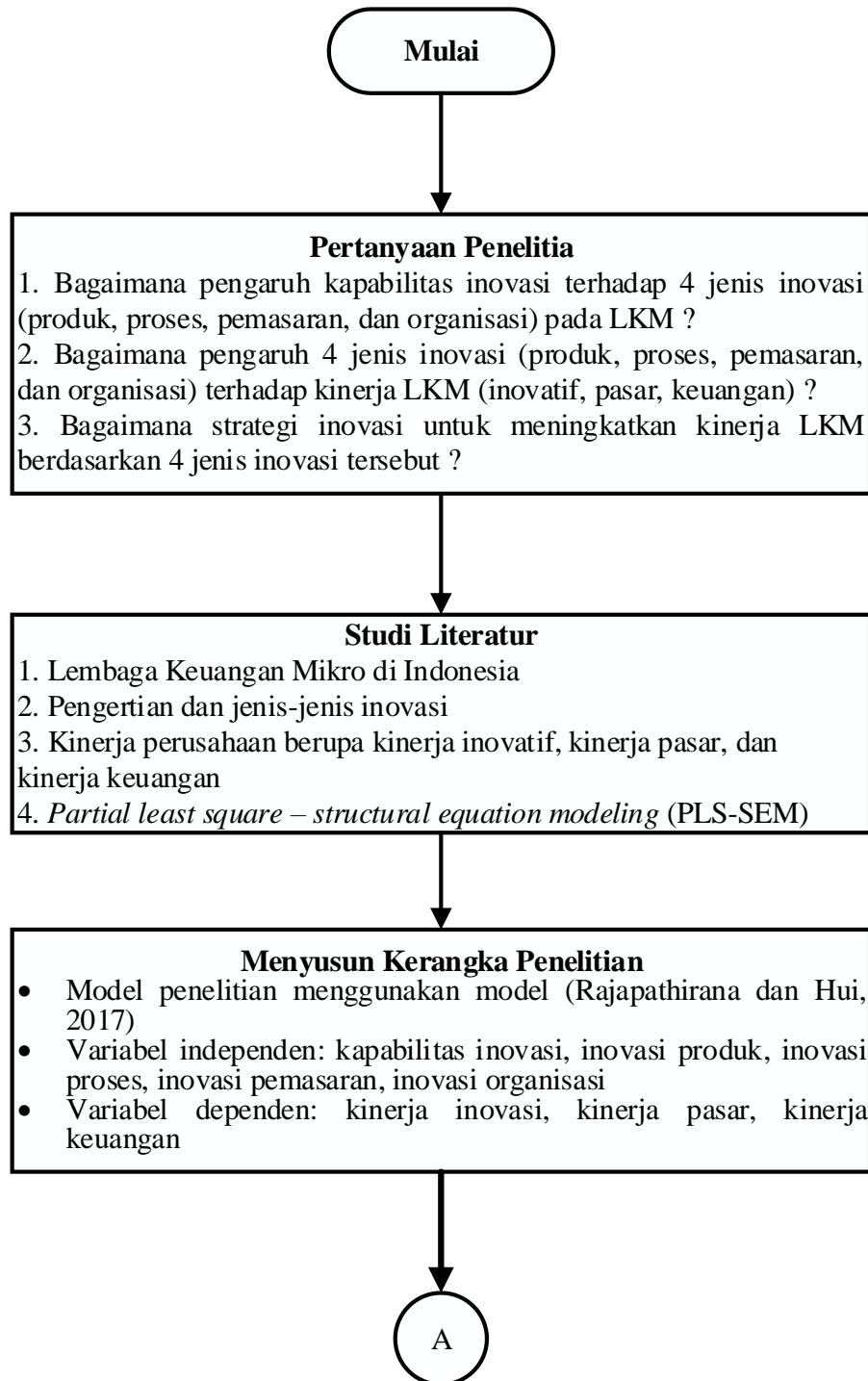
$$H_0: \beta_i = 0$$

$$H_1: \beta_i \neq 0$$

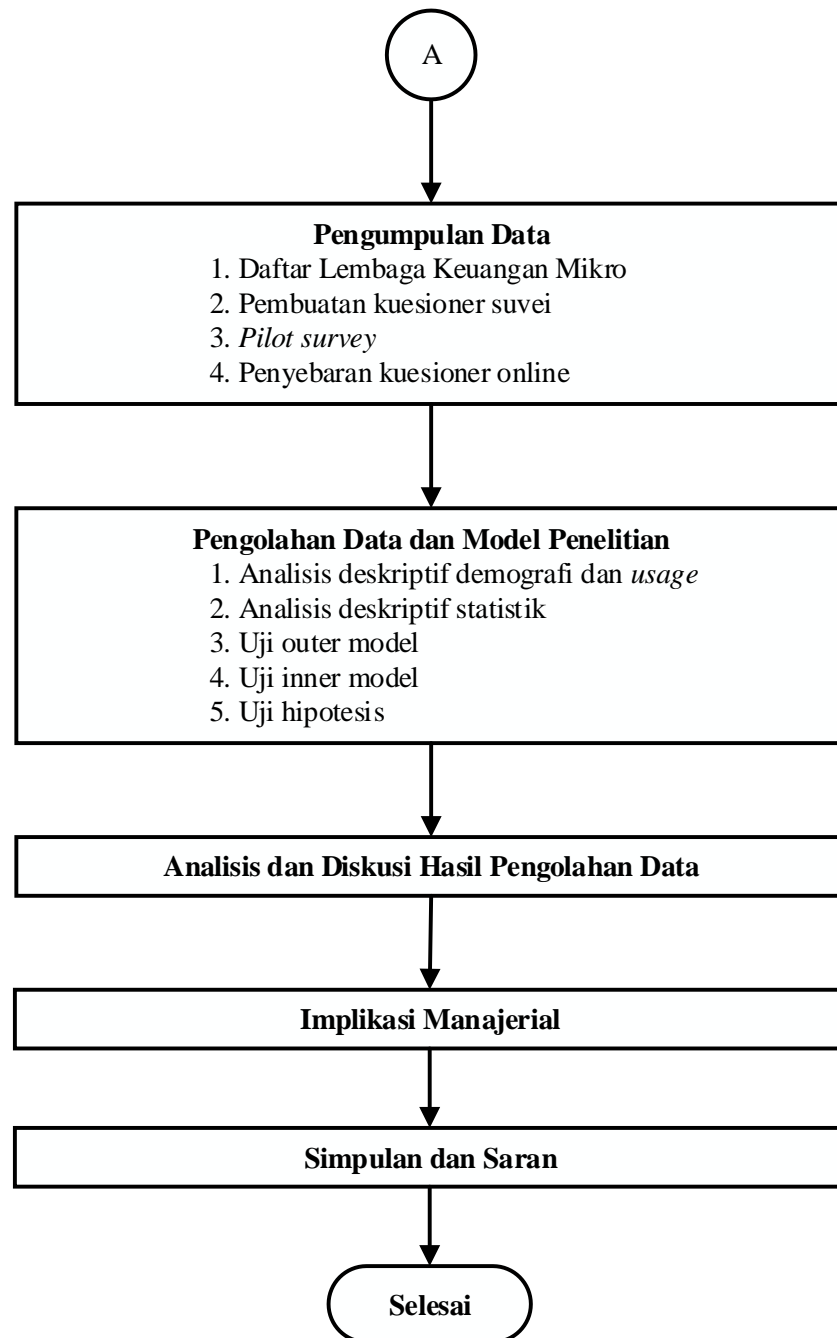
Pada metode *boostraping* ini akan memungkinkan berlakunya data terdistribusi bebas (*distribution free*), tidak memerlukan asumsi distribusi normal, dan tidak memerlukan sampel yang besar dengan minimum jumlah sampel lebih dari atau sama dengan 30. Pengujian dilakukan dengan *t-test*, apabila diperoleh *p-value* tidak lebih dari 0,05 (nilai *alpha* 5 persen) dan nilai t-statistik sama dengan atau lebih besar 1,96, maka disimpulkan signifikan dan sebaliknya.

### 3.4 Bagan Alir Penelitian

Berikut ini merupakan bagan alur penelitian sesuai dengan penjelasan di sub bab sebelumnya.



Gambar 3.3 Bagan Alir Penelitian



Gambar 3.3 Bagan Alir Penelitian (lanjutan)

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

## BAB IV

### ANALISIS DAN DISKUSI

Pada bab ini membahas mengenai proses pengumpulan data pada penelitian ini. Selanjutnya akan dijelaskan pula proses pengolahan data sesuai dengan bagan metode yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya.

#### 4.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data atau unit survei dilakukan pada bulan November 2018 – Februari 2019 di 8 kabupaten dan kota di Jawa Timur antara lain:

Tabel 4.1 Lokasi Unit Survei

<b>Dati/ Tingkat Pemerintah</b>	<b>Regional</b>
Kota	Surabaya
Kota/ Kabupaten	Mojokerto
Kota/ Kabupaten	Malang
Kota/ Kabupaten	Kediri
Kabupaten	Ponorogo
Kabupaten	Jombang
Kabupaten	Jember
Kabupaten	Probolinggo

Pengumpulan data pada 8 kabupaten dan kota di Jawa Timur tersebut berdasarkan kabupaten dan kota yang terdapat Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang telah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (Lampiran 1). Sebelumnya peneliti telah mencari dan mengumpulkan semua data Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur yang bersumber dari website resmi Otoritas Jasa Keuangan, Badan Pusat Statistik, Dinas Koperasi dan UKM, dan Bank Indonesia.

Sesuai dengan penjelasan pada bab sebelumnya, pengumpulan data dalam penelitian *conclusive-descriptive* ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* (Lampiran 2) melalui *e-mail* yang sebelumnya membuat janji melalui telepon dan datang secara langsung ke perusahaan dengan pengisian kuesioner secara *online* melalui *smartphone* peneliti atau *personal computer* milik perusahaan, selain itu penyebaran kuesioner juga dibantu oleh beberapa pihak yang memiliki relasi dengan perusahaan pada tanggal 20 November – 21 Januari 2019. Bentuk Lembaga Keuangan Mikro responden yang diperoleh hanya Bank Perkreditan Rakyat/ Syariah (BPR/ BPRS) dan Koperasi. Hal tersebut tidak memenuhi target awal yang direncanakan yaitu, LKM yang terdaftar di OJK, LKM yang tidak terdaftar di OJK, BPR/BPRS, dan Koperasi. Tidak terpenuhinya target

awal tersebut karena peneliti tidak mendapatkan data berupa alamat dan nomor telepon yang dapat dihubungi dari LKM yang terdaftar dan tidak terdaftar OJK, meskipun peneliti telah mengajukan permohonan di Kantor Otoritas Jasa Keuangan, Dinas Koperasi dan UKM Surabaya, serta Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur.

Jumlah responden yang didapatkan sebanyak 50 responden dapat memenuhi standar minimum jumlah sampel yang disarankan oleh Chin (1998), meskipun tidak memenuhi target awal sebanyak 100 responden. Tidak tercapainya jumlah responden dengan target awal dikarenakan beberapa faktor yaitu tidak tersedianya data profil perusahaan yang dapat dihubungi, perubahan beberapa data profil perusahaan (*missing contact*), dan ketidaksediaan perusahaan untuk menjadi responden dengan alasan privasi internal perusahaan, tidak ada waktu untuk mengisi kuesioner, dan sedang banyak agenda perusahaan. Namun semua hambatan tersebut tidak menghentikan proses pengumpulan data, hambatan dapat dilalui dengan cukup baik.

## **4.2 Analisis Deskriptif**

Pada bagian ini, menjelaskan analisis deskriptif yang terdiri dari analisis demografi responden, analisis *usage*, dan analisis *crosstabulation* yang diperoleh dari hasil pengolahan data berdasarkan proses pengumpulan data. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui karakteristik dari Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur dalam melakukan inovasi dan menerapkannya guna tetap kompetitif.

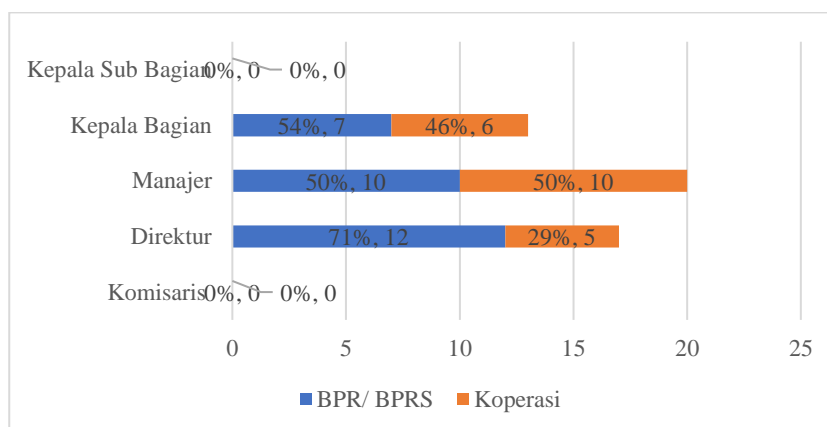
### **4.2.1 Analisis Demografi**

Tujuan utama dari analisis deskriptif adalah memberikan gambaran umum mengenai demografi responden dan unit survei yang telah diperoleh secara keseluruhan. Analisis demografi responden pada penelitian ini terdiri dari kategori jabatan atau posisi, pendidikan terakhir, lama bekerja, dan lama menjabat posisi tersebut. Sedangkan analisis demografi unit survei meliputi LKM, tahun berdiri perusahaan, status kepemilikan usaha, rata-rata omzet perusahaan per tahun, produk yang ditawarkan perusahaan, dan sektor usaha yang dilakukan oleh nasabahnya.

Tabel 4.2 Analisis Demografi Responden

Demografi	Frekuensi		Presentase (%)	
	BPR-S	Koperasi	BPR-S	Koperasi
<b>Jabatan/ Posisi</b>				
Komisaris	0	0	0	0
Direktur	12	5	71	29
Manajer	10	10	50	50
Kepala Bagian	7	6	54	46
Kepala Sub Bagian	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>21</b>		
<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>BPR-S</b>	<b>Koperasi</b>	<b>BPR-S</b>	<b>Koperasi</b>
Pascasarjana	0	0	0	0
Sarjana	28	17	62	38
Diploma	1	4	20	80
SMA	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>21</b>		
<b>Lama Bekerja di LKM</b>	<b>BPR-S</b>	<b>Koperasi</b>	<b>BPR-S</b>	<b>Koperasi</b>
1-5 Tahun	6	4	60	40
6-10 Tahun	7	10	41	59
>10 Tahun	16	7	70	30
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>21</b>		
<b>Lama Menjabat Posisi</b>	<b>BPR-S</b>	<b>Koperasi</b>	<b>BPR-S</b>	<b>Koperasi</b>
1-3 Tahun	5	4	56	44
4-6 Tahun	10	7	59	41
7-9 Tahun	6	4	60	40
>9 Tahun	8	6	57	43
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>21</b>		

#### 4.2.1.1 Jabatan/ Posisi Pekerjaan

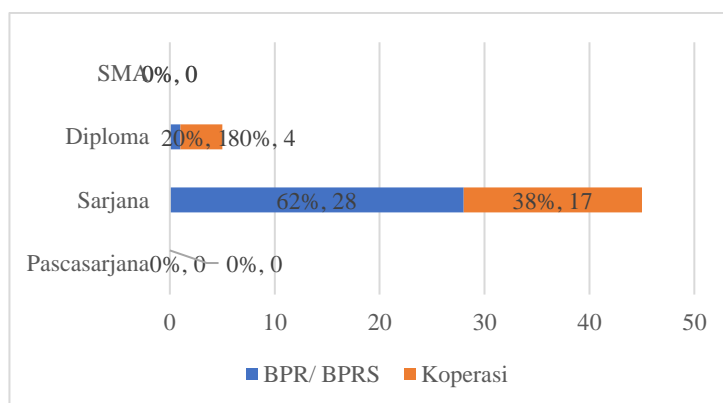


Grafik 4.1 Jabatan atau Posisi Pekerjaan

Para responden yang mewakili unit survei penelitian ini menjabat sebagai direktur perusahaan sebesar 71 persen untuk BPR/ BPRS dan sebesar 29 persen untuk Koperasi. Sementara sebesar 50 persen menjabat sebagai manajer untuk masing-masing kategori unit survei, serta sebesar 54 persen responden menjabat sebagai Kepala Bagian di BPR/ BPRS dan 46 persen di Koperasi. Diagram tersebut

menggambarkan bahwa responden penelitian pada unit survei BPR/ BPRS sebanyak 22 orang atau sebesar 76 persen berada pada *top level management*, sedangkan pada unit survei Koperasi sebanyak 15 orang atau sebesar 71 persen berada pada *top level management*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini menduduki jabatan sekurangnya pada *middle level management*.

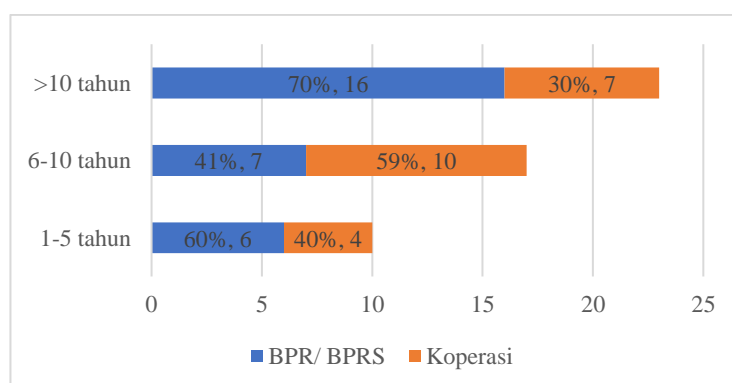
#### 4.2.1.2 Pendidikan Terakhir



Grafik 4.2 Pendidikan Terakhir

Diagram diatas menjelaskan bahwa responden penelitian ini berpendidikan terakhir Sarjana atau S1 sebesar 62 persen pada BPR/ BPRS dan sebesar 38 persenn pada Koperasi. Selain itu responden yang memiliki latar belakang pendidikan Diploma atau D3 sebesar 20 persen bagi BPR/ BPRS dan 80 persen bagi Koperasi. Sehingga dapat disimpulkan setidaknya karyawan Lembaga Keuangan Mikro memiliki pendidikan terendah Diploma atau D3, serta sebesar 97 persen atau sebanyak 28 orang berpendidikan terakhir Sarjana yang mana hal ini sesuai dengan jabatan atau posisi pekerjaan responden penelitian ini pada unit survei BPR/ BPRS yaitu Manajer dan Direktur.

#### 4.2.1.3 Lama Bekerja di LKM

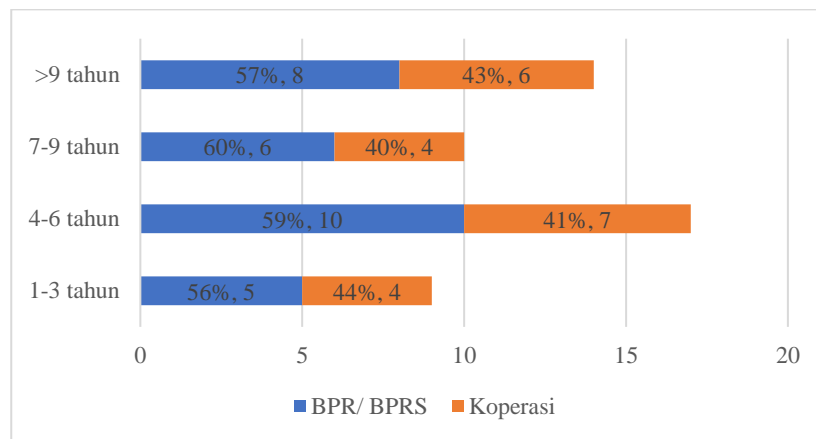


Grafik 4.3 Lama Bekerja di LKM



Pada diagram diatas mendeskripsikan responden yang telah bekerja di perusahaan tersebut selama 1 sampai 5 tahun sebesar 60 persen bagi BPR/ BPRS dan 40 persen bagi Koperasi. Sementara responden yang telah bekerja selama 6 sampai 10 tahun sebesar 41 persen dan 59 persen untuk masing-masing dan telah bekerja lebih dari 10 tahun sebesar 70 persen dan 30 persen untuk setiap kategori LKM. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini setidaknya telah bekerja pada perusahaan terkait selama 6 tahun.

#### 4.2.1.4 Lama Menjabat Posisi Pekerjaan



Grafik 4.4 Lama Menjabat Posisi Pekerjaan

Kategori lama menjabat posisi pekerjaan tersebut, sebesar 56 persen telah menjabat posisi tersebut selama 1 sampai 3 tahun di BPR/ BPRS dan sebesar 44 persen di Koperasi. Menjabat selama 4 hingga 6 tahun di BPR/ BPRS sebesar 59 persen dan sebesar 41 persen di Koperasi, selama 7 sampai 9 tahun mereka menjabat sebesar 60 persen dan 40 persen untuk masing-masing, serta mereka telah menjabat lebih dari 9 tahun sebesar 57 persen bagi BPR/ BPRS dan 43 persen bagi Koperasi. Pada diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden telah menjabat atau menduduki posisi tersebut selama 4 hingga 6 tahun.

Tabel 4.3 Demografi Unit Survei

Demografi	Frekuensi	Presentase (%)
<b>Kategori LKM</b>		
LKM	0	0
LKMS	0	0
Koperasi	21	42
BPR	28	56
BPRS	1	2
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

Tabel 4.3 Demografi Responden (lanjutan)

Demografi	Frekuensi	Presentase (%)		
<b>Lama Berdirinya Perusahaan</b>				
<10 tahun	0	0		
10-14 tahun	6	12		
15-19 tahun	17	34		
20-24 tahun	13	26		
25-29 tahun	7	14		
30-34 tahun	4	8		
35-39 tahun	1	2		
≥40 tahun	2	4		
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>		
<b>Kepemilikan Usaha</b>				
Swasta	50	100		
Pemerintah	0	0		
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>		
<b>Rata-rata Omzet Per Tahun</b>				
< Rp 500 juta	7	14		
Rp 500 juta - Rp 699 juta	12	24		
Rp 700 juta - Rp 899 juta	13	26		
≥ Rp 900 juta	18	36		
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>		
<b>Produk yang Ditawarkan Perusahaan</b>	<b>BPR-S</b>	<b>Koperasi</b>	<b>BPR-S</b>	<b>Koperasi</b>
Kredit Individu	29	21	58	42
Kredit Kelompok	5	0	100	0
Tabungan	29	21	58	42
Deposito	29	5	62	38
Asuransi	0	0	0	0
<b>Pekerjaan Nasabah</b>	<b>BPR-S</b>	<b>Koperasi</b>	<b>BPR-S</b>	<b>Koperasi</b>
Pegawai Pemerintah	29	21	58	42
Pegawai Non Pemerintah	29	21	58	42
Pelaku Usaha	29	21	58	42
Rumah Tangga	17	21	45	55
<b>Sektor Usaha Nasabah (Pelaku Usaha)</b>	<b>BPR-S</b>	<b>Koperasi</b>	<b>BPR-S</b>	<b>Koperasi</b>
Perdagangan	29	21	58	42
Industri Pengolahan	24	12	67	33
Pertanian	6	9	40	60
Perkebunan	13	6	68	32
Peternakan	10	14	42	58
Perikanan	0	2	0	100
Jasa	29	21	58	42

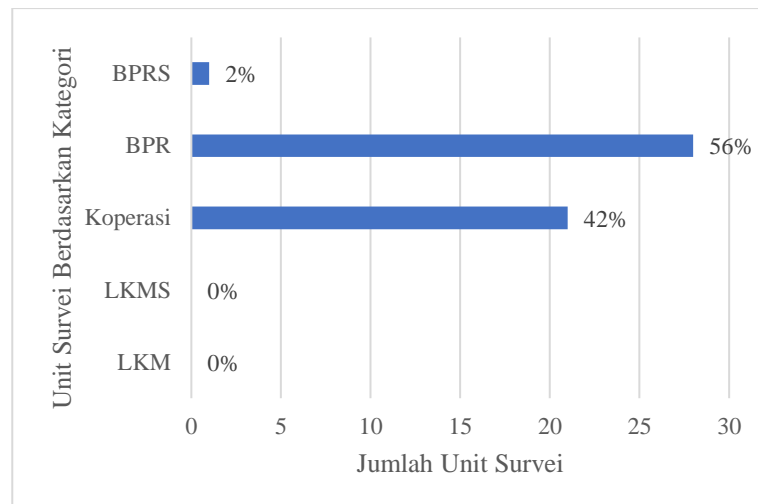
Tabel 4.4 Demografi Tata Kelola Usaha Unit Survei

Tata Kelola Usaha	Frekuensi	Presentase (%)
<b>Gaji Tetap untuk Manajer</b>		
Ya	50	100
Tidak	0	0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>Jumlah Karyawan</b>		
<10 orang	0	0
10 – 20 orang	32	64
21 – 30 orang	12	24
31 – 40 orang	3	6
41 – 50 orang	2	4
>50 orang	1	2
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

Tabel 4.4 Demografi Tata Kelola Usaha Unit Survei (lanjutan)

Tata Kelola Usaha	Frekuensi	Presentase (%)
<b>Auditor Internal</b>		
Ya	50	100
Tidak	0	0
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>Auditor Eksternal</b>		
Ya	48	96
Tidak	2	4
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>Kantor Cabang</b>		
Tidak ada	29	61
1 – 3 cabang	14	22
4 – 6 cabang	5	12
>6 cabang	2	5
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

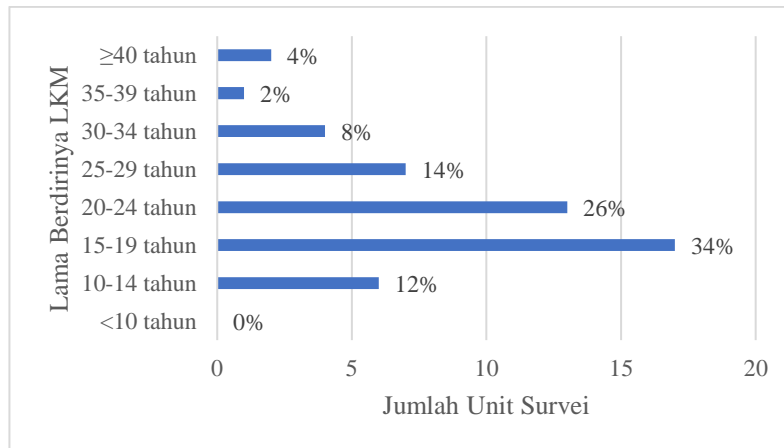
#### 4.2.1.1 Kategori LKM



Grafik 4.5 Kategori LKM

Lembaga Keuangan Mikro yang menjadi responden pada penelitian ini hanya terdiri dari tiga bentuk atau kategori yaitu Bank Perkreditan Rakyat (BPR) sebanyak 56 persen, Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) sebanyak 2 persen, dan Koperasi sebesar 42 persen. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah BPR di Jawa Timur lebih banyak dibanding Koperasi dan porsi BPR lebih banyak daripada BPRS. Penyebaran dan jumlah LKM yang kurang rata ini disebabkan karena sulitnya peneliti untuk mendapatkan responden Koperasi karena terkendala data dan komunikasi serta peneliti tidak mendapatkan responden dengan kategori LKM/LKMS dikarenakan terkendala perolehan data.

#### 4.2.1.2 Lama Berdiri LKM

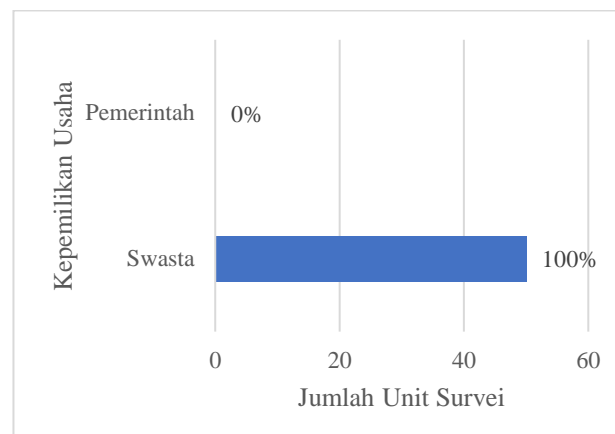


Grafik 4.6 Lama Berdiri Perusahaan

Responden pada penelitian adalah Lembaga Keuangan Mikro yang memiliki usia berdiri perusahaan selama 10-14 tahun sebesar 12 persen, berdiri selama 15-19 tahun sebesar 34 persen, telah berdiri selama 20-24 tahun sebesar 26 persen, perusahaan berdiri selama 25-29 tahun sebesar 14 persen, sebesar 8 persen berdiri selama 30-34 tahun, sebesar 2 persen telah berdiri selama 35-39 tahun, dan hanya 4 persen yang telah berdiri selama lebih dari atau sama dengan 40 tahun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Lembaga Keuangan Mikro di provinsi Jawa Timur didominasi oleh perusahaan yang telah *survive* di industri keuangan mikro.

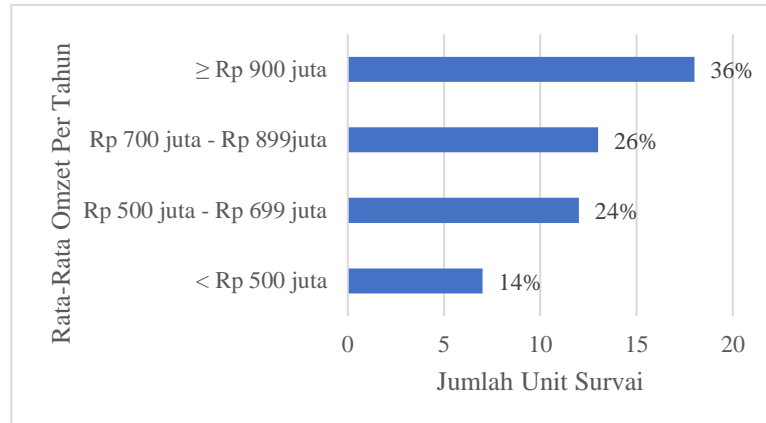
#### 4.2.1.3 Kepemilikan Usaha

Sebanyak 100 persen kepemilikan usaha responden adalah swasta atau perorangan. Hal ini menjelaskan bahwa sebagian besar bahkan hamper keseluruhan Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur dikelola dan dimiliki oleh swasta atau non pemerintah.



Grafik 4.7 Status Kepemilikan Usaha

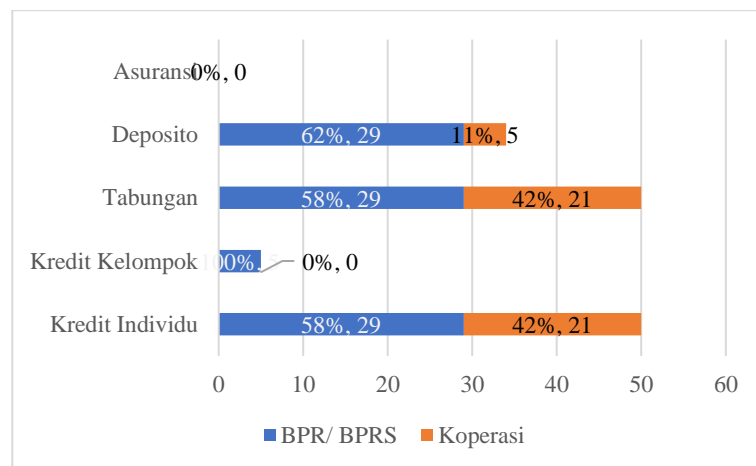
#### 4.2.1.4 Rata-Rata Omzet Per Tahun



Grafik 4.8 Rata-Rata Omzet Per Tahun

Kategori Lembaga Keuangan Mikro dapat dilihat melalui jumlah omzet per tahun, dari 50 responden yang telah didapatkan, sebesar 14 persen LKM memiliki omzet per tahun kurang dari Rp 500.000.000, sebesar 24 persen memiliki omzet usaha per tahun sebesar Rp 500.000.000 – Rp 699.000.000, sebesar 26 persen perusahaan memiliki omzet rata-rata per tahun Rp 700.000.000 – Rp 899.000.000, dan sebesar 36 persen mendapatkan omzet per tahunnya lebih dari sama dengan Rp 900.000.000. Dari hasil persebaran omzet pertahun, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur telah memiliki rata-rata omzet pertahun lebih dari Rp 700.000.000. Hal ini berbanding lurus dengan lama berdirinya perusahaan, dimana semakin lama suatu perusahaan *survive*, perusahaan tersebut akan mendapatkan omzet yang semakin besar pula.

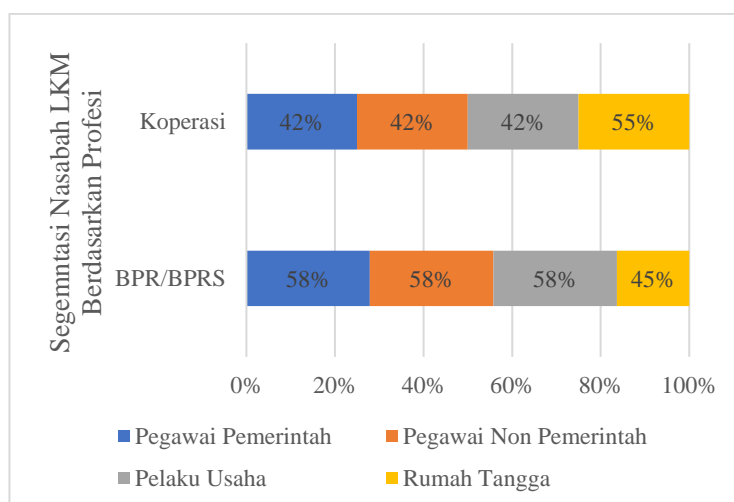
#### 4.2.1.5 Produk LKM



Grafik 4.9 Produk yang Ditawarkan LKM

Lembaga Keuangan Mikro yang menawarkan produk keuangan kredit kelompok hanya sebanyak 5 BPR/ BPRS saja, sementara Koperasi tidak ada yang menawarkan produk kredit kelompok. Tidak ada LKM baik itu BPR/ BPRS dan koperasi yang menawarkan produk asuransi atau biasanya disebut *microinsurance*. Semua BPR/ BPRS menawarkan produk tabungan, deposito dan kredit individu, sedangkan hanya sebanyak 21 Koperasi yang menawarkan produk tabungan dan kredit individu, serta hanya 5 Koperasi yang memiliki produk deposito. Melihat hasil persebaran produk yang ditawarkan responden, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur menawarkan produk keuangan kredit individu, tabungan, dan deposito. Masih sangat sedikit Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur yang menawarkan kredit kelompok. Fenomena yang sama juga terjadi pada Lembaga Keuangan Mikro di Kenya dan Jerman, yang mana mereka lebih suka menawarkan pinjaman individu dibandingkan pinjaman kelompok (Kodongo & Kendi, 2013; Lehner, 2009).

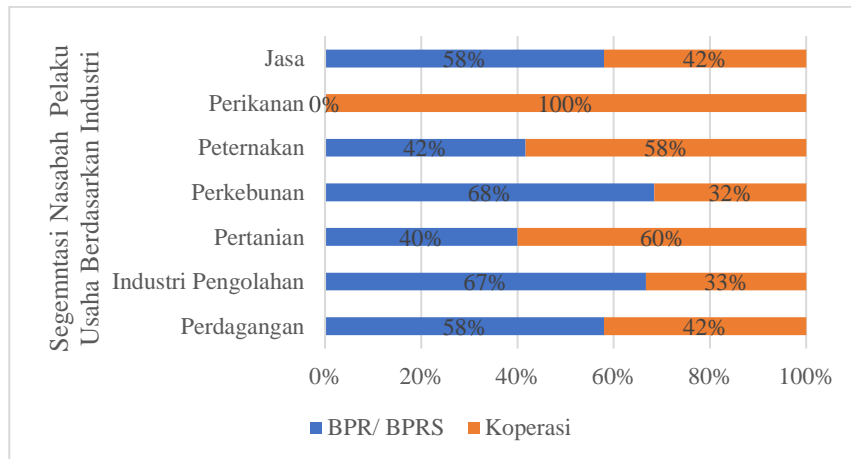
#### 4.2.1.6 Segmentasi Nasabah Berdasarkan Profesi



Grafik 4.10 Segmentasi Nasabah Berdasarkan Profesi

Melihat grafik diatas, didapatkan bahwa sebanyak 100 persen responden memiliki nasabah yang berprofesi sebagai pegawai pemerintah, pegawai non pemerintah, dan pelaku usaha. Selain itu sebanyak 76 persen responden memiliki nasabah yang bekerja sebagai rumah tangga. Sehingga dapat disimpulkan bahwa target nasabah Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur adalah pegawai pemerintah maupun non pemerintah dan para pengusaha atau pelaku usaha.

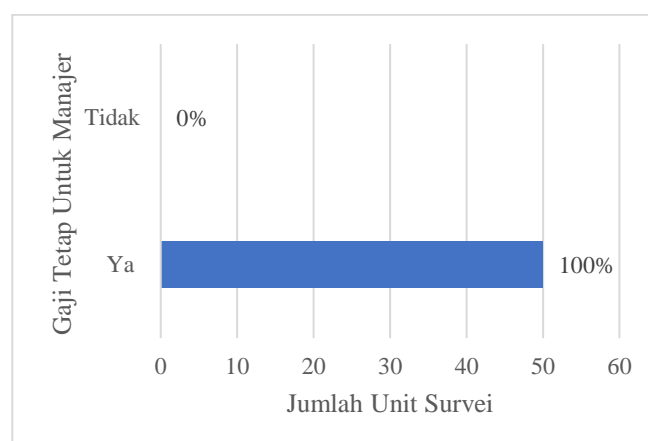
#### 4.2.1.7 Segmentasi Nasabah Pelaku Usaha Berdasarkan Industri



Grafik 4.11 Segmentasi Nasabah Pelaku Usaha Berdasarkan Industri

Ditinjau dari sektor usaha nasabahnya, sebanyak 100 persen responden memiliki nasabah pelaku usaha dalam bisang jasa dan perdagangan, sebanyak 72 persen nasabah responden adalah pelaku usaha di bidang industri pengolahan, 48 persen nasabah mereka merupakan pelaku usaha bidang peternakan, sebesar 38 persen bidang usaha nasabah mereka adalah perkebunan, dan sebesar 30 persen sektor usaha nasabah responden yaitu pertanian. Mayoritas Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur memiliki nasabah pelaku usaha di bidang jasa dan perdagangan, hal ini dapat dikarenakan kini usaha di bidang jasa dan perdagangan semakin banyak peminatnya.

#### 4.2.1.8 Gaji Tetap Untuk Manajer



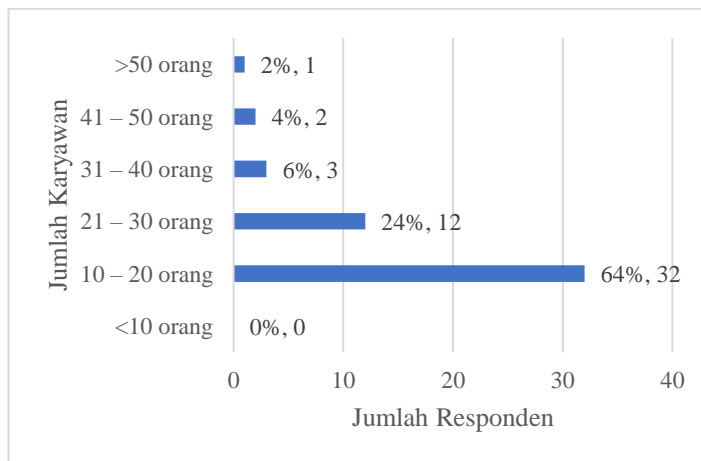
Grafik 4.12 Gaji Tetap Untuk Manajer

Pada penelitian ini, sebanyak 100 persen manajer Lembaga Keuangan Mikro mendapatkan gaji yang tetap setiap bulannya. Hal tersebut menunjukkan

bahwa manajer pada perusahaan dengan skala usaha yang tidak terlalu besar atau menengah terutama pada sektor keuangan mikro di Jawa Timur telah mendapatkan gaji yang tetap perbulan.

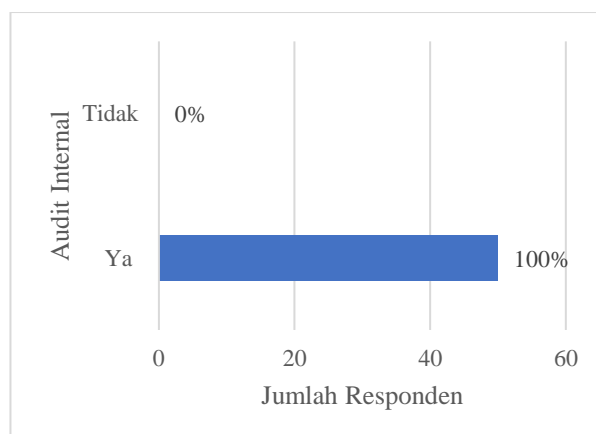
#### 4.2.1.9 Jumlah Karyawan

Sebanyak 64 persen responden memiliki 10 sampai 20 orang karyawan, 24 persen responden memiliki 21 hingga 30 karyawan, sebesar 6 persen responden memiliki 31 sampai 40 orang, 4 persen responden memiliki 41 hingga 50 karyawan, dan sisanya 2 persen memiliki karyawan lebih besar dari 50 orang. Mayoritas Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur memiliki karyawan atau staf sebanyak 10 sampai 20 orang untuk mengelola bisnis tersebut.



Grafik 4.13 Jumlah Karyawan Perusahaan

#### 4.2.1.10 Audit Internal



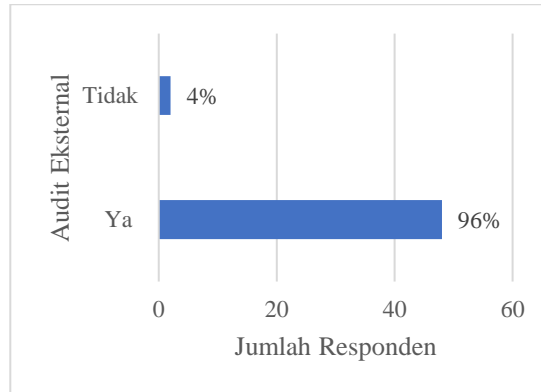
Grafik 4.14 Audit Internal

Pada penelitian ini, 100 persen Lembaga Keuangan Mikro memiliki auditor internal untuk mengaudit kinerja perusahaan secara keseluruhan. Sehingga



menunjukkan bahwa semua Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur telah mengaudit laporan perusahaannya oleh pihak internal perusahaan.

#### 4.2.1.11 Audit Eksternal

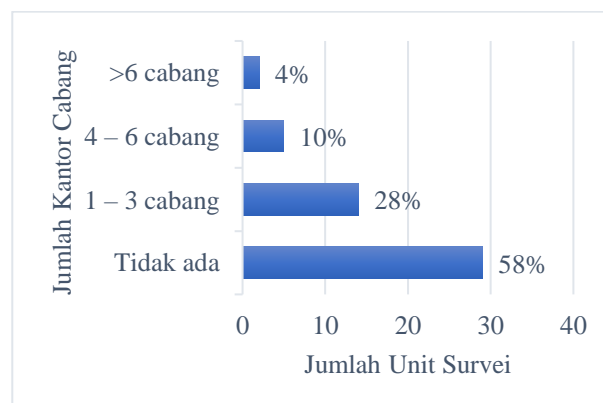


Grafik 4.15 Audit Eksternal

Sementara untuk audit eksternal, sebesar 96 persen Lembaga Keuangan Mikro memiliki auditor eksternal untuk mengaudit laporan perusahaan secara keseluruhan dan sebesar 4 persen tidak memiliki auditor eksternal. Sehingga menunjukkan bahwa semua laporan kinerja Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur telah diaudit oleh pihak eksternal yang berwenang yaitu Otoritas Jasa Keuangan dan Koperasi Jasa Audit.

#### 4.2.1.12 Kantor Cabang

Sebesar 58 persen LKM tidak memiliki kantor cabang, 28 persen LKM memiliki 1-3 kantor cabang, 10 persen memiliki 4-6 kantor cabang, dan sisanya 4 persen memiliki lebih dari 6 kantor cabang. Hal ini menunjukkan bahwa masih sedikit Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur yang memiliki kantor cabang unit atau pembantu.



Grafik 4.16 Kantor Cabang

#### 4.2.2 Analisis Usage

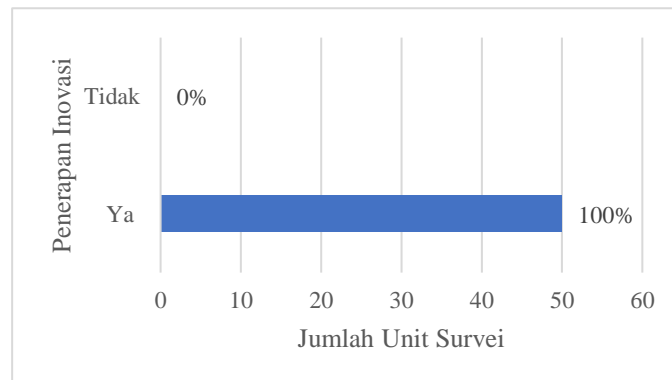
Analisis *usage* digunakan untuk mengetahui informasi mengenai kebiasaan responden yang meliputi penerapan inovasi pada perusahaannya, jenis inovasi apa saja yang telah diimplementasikan, lama perusahaan mengadopsi inovasi-inovasi tersebut, dan sumber-sumber inovasi tersebut.

Tabel 4.5 Analisis Usage

<i>Usage</i>	Frekuensi		Presentase (%)	
<b>Penerapan Inovasi</b>				
Ya	50		100	
Tidak	0		0	
<b>Total</b>	<b>50</b>		<b>100</b>	
<b>Jenis Inovasi</b>				
	<b>BPR-S</b>	<b>Koperasi</b>	<b>BPR-S</b>	<b>Koperasi</b>
Inovasi Produk/ Jasa	29	18	62	38
Inovasi Proses	23	16	59	41
Inovasi Pemasaran	22	14	61	39
Inovasi Organisasi	27	19	59	41
<b>Lama Penerapan Inovasi</b>				
1 – 5 Tahun	1		2	
6 – 10 Tahun	9		18	
11 – 15 Tahun	28		55	
≥15 Tahun	12		24	
<b>Total</b>	<b>50</b>		<b>100</b>	
<b>Sumber Inovasi</b>				
	<b>BPR-S</b>	<b>Koperasi</b>	<b>BPR-S</b>	<b>Koperasi</b>
<b>Internal</b>				
Kejadian Tak Terduga	7	2	78	22
Perubahan Struktur Pasar dan Industri	27	14	66	34
Menjawab Kebutuhan	11	14	44	56
Ketidaksesuaian Antara Ekspektasi dan Realita	4	0	100	0
<b>Total</b>	<b>49</b>	<b>30</b>		
<b>Eksternal</b>				
Perubahan Demografi	26	18	59	41
Perubahan Persepsi	8	3	73	27
Adanya Pengetahuan Baru	24	13	65	35
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>34</b>		

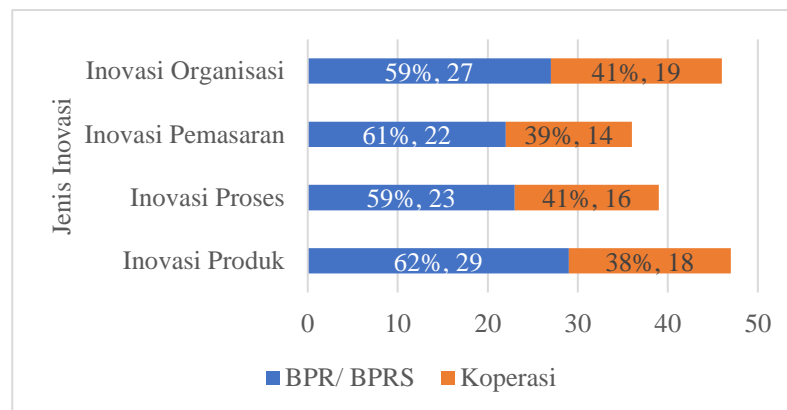
#### 4.2.2.1 Penerapan Inovasi

Dalam menerapkan inovasi dalam bisnis perusahaan yang dijalani pada Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur, didapatkan hasil sebesar 100 persen Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur yang menjadi responden telah menerapkan inovasi pada bisnisnya. Hal ini menunjukkan bahwa Lembaga Keuangan Mikro dengan menerapkan inovasi dalam menjalankan bisnis guna menciptakan keunggulan kompetitif di industri tersebut (Abou-Moghli, Abdallah, & Muala, 2012; Kodongo & Kendi, 2013; Mathenge, 2013).



Grafik 4.17 Penerapan Inovasi

#### 4.2.2.2 Jenis Inovasi

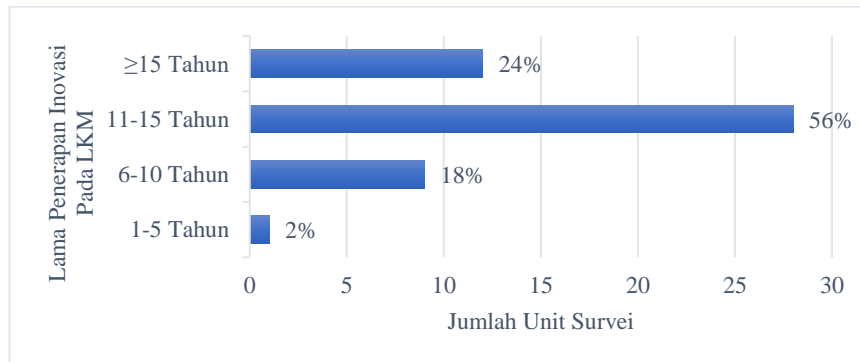


Grafik 4.18 Jenis Inovasi

Ditinjau dari jenis inovasi yang telah digunakan pada perusahaan responden, diketahui sebanyak 46 LKM atau sebesar 92 persen telah menggunakan inovasi organisasi, 36 LKM atau 72 persen telah menerapkan inovasi pemasaran, sebanyak 47 LKM atau sebesar 95 persen telah menerapkan inovasi produk, dan sebanyak 39 atau sebesar 78 persen telah menerapkan inovasi proses. Dengan demikian, disimpulkan bahwa mayoritas Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur

telah melakukan kegiatan inovasi produk, proses, pemasaran, dan organisasi. Jenis inovasi yang sering diterapkan oleh Lembaga Keuangan Mikro adalah inovasi organisasi, yang mana adanya inovasi organisasi di perusahaan dapat mendorong penciptaan produk dan proses baru (Chang, et al., 2012).

#### 4.2.2.3 Lama Penerapan Inovasi



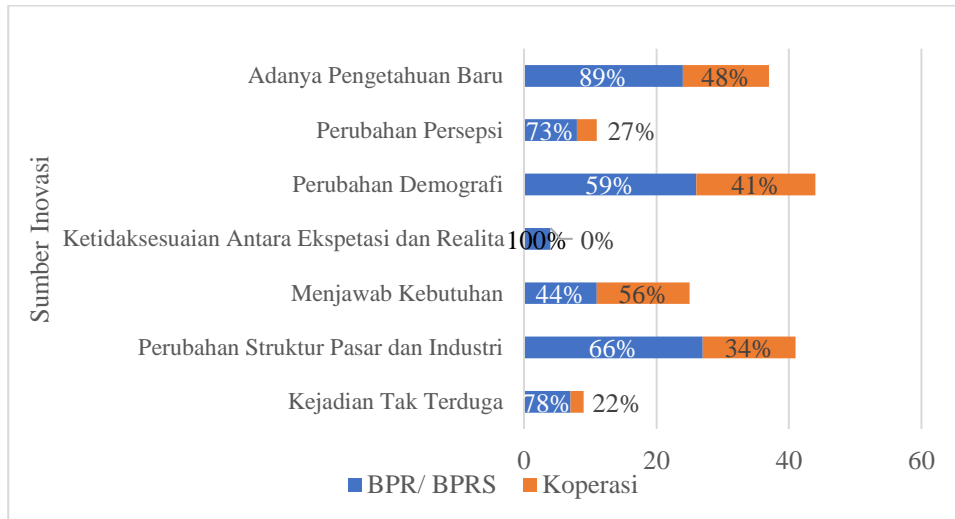
Grafik 4.19 Lama Penerapan Inovasi

Sebanyak 56 persen LKM yang menjadi responden telah menerapkan inovasi selama 11 hingga 15 tahun, 24 persen telah menggunakan inovasi selama lebih dari atau selama 15 tahun, 18 persen telah menerapkan inovasi selama 6 sampai 10 tahun, dan sisanya sebesar 2 persen responden telah menggunakan inovasi selama 1 hingga 5 tahun. Sehingga sebagian besar Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur yang menjadi responden telah aktif menerapkan inovasi selama 11 hingga 15 tahun. Lama perusahaan menerapkan inovasi seiring dengan usia berdirinya perusahaan itu sendiri.

#### 4.2.2.4 Sumber Inovasi

Lembaga Keuangan Mikro menerapkan beberapa ide dan kegiatan inovasi dilatarbelakangi oleh beberapa faktor internal dan eksternal. Faktor internal diantara lain sebesar 6 persen disebabkan oleh kejadian tak terduga yang dialami perusahaan, 25 persen dikarenakan adanya perubahan struktur pasar dan industri yang memaksa perusahaan untuk melakukan suatu inovasi, sebesar 16 persen perusahaan melakukan inovasi untuk menjawab kebutuhan masyarakat yang semakin bervariasi, dan hanya sebesar 2 persen diakibatkan oleh ketidaksesuaian antara ekspektasi dan realita. Sedangkan untuk faktor eksternal yaitu sebesar 27 persen dilatarbelakangi oleh adanya perubahan demografi masyarakat, hanya sebesar 7 persen diakibatkan adanya perubahan persepsi di antara masyarakat, dan

17 persen dikarenakan adanya pengetahuan baru seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur melakukan berbagai kegiatan inovasi dilatar belakangi oleh faktor eksternal.



Grafik 4.20 Sumber Inovasi

### 4.2.3 Analisis Deskriptif Statistik

Pada analisis deskriptif statistik terhadap indikator tiap variabel pada data survey ini menggunakan beberapa komponen sebagai berikut.

Tabel 4.6 Deskriptif Statistik

Indikator	N	Deskriptif Statistik				
		Sum	Mean	Std. Deviation	Variance	
	Statistics	Statistics	Statistics	Std. Error	Statistics	Statistics
IC1	50	209	4.180	0,101	0,712	0,508
IC2	50	201	4.020	0,096	0,678	0,460
IC3	50	209	4.180	0,097	0,684	0,468
<i>Overall</i>			4,127			
IP1	50	207	4.140	0,094	0,664	0,440
IP2	50	196	3.920	0,109	0,770	0,594
IP3	50	195	3.900	0,086	0,608	0,370
IP4	50	199	3.980	0,082	0,583	0,340
<i>Overall</i>			3,985			
IPS1	50	200	4,000	0,089	0,632	0,400
IPS2	50	199	3.980	0,092	0,648	0,420
IPS3	50	180	3.600	0,075	0,529	0,280
IPS4	50	216	4.320	0,082	0,581	0,338
IPS5	50	202	4.040	0,094	0,662	0,438
<i>Overall</i>			3,988			
IPE1	50	198	3.960	0,109	0,774	0,598
IPE2	50	200	4.000	0,094	0,663	0,440
IPE3	50	191	3.820	0,097	0,684	0,468
<i>Overall</i>			3,927			

Tabel 4.6 Deskriptif Statistik (lanjutan)

Deskriptif Statistik						
Indikator	N	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance	
	Statistics	Statistics	Statistics	Std. Error	Statistics	Statistics
IO1	50	221	4.420	0,075	0,533	0,284
IO2	50	197	3,940	0,091	0,645	0,416
IO3	50	205	4.100	0,086	0,608	0,370
IO4	50	192	3.840	0,077	0,543	0,294
IO5	50	210	4.200	0,069	0,490	0,240
<i>Overall</i>			4,100			
KI1	50	180	3.600	0,094	0,663	0,440
KI2	50	179	3.580	0,070	0,494	0,244
KI3	50	206	4.120	0,046	0,325	0,106
KI4	50	194	3.880	0,096	0,682	0,466
<i>Overall</i>			3,795			
KP1	50	195	3.900	0,081	0,574	0,330
KP2	50	216	4.320	0,066	0,466	0,218
KP3	50	189	3.780	0,091	0,642	0,412
<i>Overall</i>			4,000			
KK1	50	204	4.080	0,093	0,658	0,434
KK2	50	220	4.400	0,069	0,490	0,240
KK3	50	197	3.940	0,082	0,580	0,336
KK4	50	205	4.100	0,086	0,608	0,370
<i>Overall</i>			4,130			

#### a. *Sum*

*Sum* merupakan jumlah data yang digunakan dalam penelitian. Berdasarkan hasil data yang diperoleh, berada pada rentang 175 hingga 225. Nilai *sum* tertinggi dimiliki oleh indikator IO1 dengan nilai 221,00. Sedangkan, indikator dengan *sum* terendah adalah indikator KI2 dengan nilai 179,00

#### b. *Mean*

Nilai *mean* tertinggi dimiliki oleh indikator IO1 sebesar 4,420. Angka tersebut menunjukkan bahwa rata-rata respon dari responden pada indikator IO1 cenderung 4 atau setuju. Sementara nilai *mean* terendah dimiliki oleh indikator KI2 dengan nilai 3,580. Angka tersebut menunjukkan rata-rata respon dari responden pada indikator KI2 cenderung mendekati skala 3 atau netral. Dilihat secara keseluruhan pada variabel independen, nilai *mean* pada rentang 3,9 hingga 4,1 yang menunjukkan bahwa Lembaga Keuangan Mikro telah menerapkan inovasi-inovasi produk, proses, pemasaran, dan organisasi. Mereka telah menyadari akan pentingnya suatu inovasi untuk bersaing dan menjaga keunggulan kompetitif dipersaingan global yang semakin ketat. Sementara untuk variabel dependen didapatkan nilai *mean* berkisar antara 3,8 hingga 4,1, hal tersebut menunjukkan

bahwa Lembaga Keuangan Mikro setuju dengan terjadinya peningkatan kinerja perusahaan.

**c. *Standar Error***

*Standard error* menggambarkan tingkat keakuratan sampel dalam mewakili populasinya. Berdasarkan hasil yang diperoleh, nilai *standard error* tertinggi adalah indikator IP2 dan IPE1 dengan nilai 0,109. Indikator yang memiliki *standard error* paling rendah yaitu indikator KI3 dengan nilai 0,046. Hasil *standard error* semua indikator penelitian tergolong sangat kecil yaitu dibawah 1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh sampel dapat mewakili keseluruhan populasi secara akurat.

**d. *Standar Deviation***

*Standard deviation* menjelaskan seberapa heterogen atau seberapa serupa data sampel yang didapatkan. Berdasarkan hasil yang diperoleh, nilai *standard deviation* terbesar dimiliki oleh indikator IPE1 dengan nilai 0,774. Sedangkan nilai *standard deviation* terkecil dimiliki oleh indikator KI3 yaitu sebesar 0,325. Nilai standar deviasi yang berkisar antara 0,3 hingga 0,8 menunjukkan bahwa tidak adanya variasi data terlalu besar pada semua indikator tersebut karena jawaban responden yang cenderung tidak terlalu bervariasi.

**e. *Variance***

*Variance* merupakan indikator penduga eror dari sampel penelitian yang didapatkan. Nilai *variance* terbesar dimiliki oleh indikator IPE1 dengan nilai sebesar 0,598. Sedangkan nilai *variance* terkecil dimiliki oleh indikator KI3 dengan nilai sebesar 0,106.

**4.2.4 Analisis *Crosstabulation***

Analisis *crosstabulation* bertujuan untuk menyilangkan variabel-variabel pada kategori yang dianggap saling berhubungan sehingga makna dari variabel tersebut semakin mudah dipahami. Penelitian ini, analisis *crosstabulation* antar 3 kategori demografi unit survei akan mempermudah dalam mendeskripsikan demografi unit survei yang didapatkan dari hasil pengumpulan data kuesioner.

#### 4.2.4.1 Kategori LKM – Lama Penerapan Inovasi – Lama Berdirinya LKM

Hasil analisis *crosstabulation* menunjukkan bahwa Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur berdasarkan bentuk LKM, mayoritas Koperasi yang telah berdiri selama 10 hingga 14 tahun, telah menerapkan inovasi pada perusahaannya selama 1 hingga 5 tahun. Mayoritas Koperasi yang sudah berdiri kurang dari 25 tahun, sudah menerapkan inovasi-inovasi selama 6 sampai 10 tahun. Sedangkan mayoritas Koperasi yang telah berdiri dalam waktu kurang dari 30 tahun, telah menerapkan inovasi pada proses bisnisnya selama 11 hingga 15 tahun. Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur yang berbentuk BPR atau BPRS yang telah berdiri kurang dari 20 tahun, mereka telah menerapkan inovasi di perusahaannya selama 6 hingga 10 tahun. Sementara BPR/ BPRS yang telah beroperasi selama kurang dari 30 tahun, telah mengadopsi inovasi selama 11 sampai 15 tahun. Serta mayoritas BPR/ BPRS yang telah berdiri selama 30 tahunan, telah mengadopsi inovasi lebih dari 15 tahun.

Sehingga dapat dirangkum, mayoritas Lembaga Keuangan Mikro yang telah berdiri kurang dari 30 tahun dengan bentuk Koperasi, rata-rata mereka telah menerapkan inovasi pada proses bisnisnya selama 11 hingga 15 tahun. Begitupun dengan Lembaga Keuangan Mikro yang berbentuk BPR/ BPRS, seluruh unit survei rata-rata telah menerapkan inovasi pada bisnisnya selama 11 sampai 15 tahun tanpa dibatasi oleh lama berdirinya LKM. Hal ini bisa terjadi karena faktor rentang waktu LKM itu berdiri, dimana semakin lama LKM itu berdiri maka semakin lama pula mereka menerapkan inovasi pada bisnisnya. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur mayoritas telah menerapkan inovasi pada proses bisnisnya yang berbanding lurus dengan lama berdirinya Lembaga Keuangan Mikro tersebut. Berikut merupakan uraian lengkap mengenai hasil *crosstabulation* (Tabel 4.7).

Tabel 4.7 Analisis *Crosstabulation* Kategori LKM – Lama Penerapan Inovasi – Lama Berdirinya LKM

Kategori LKM		Lama Penerapan Inovasi				Total
		1-5 tahun	6-10 tahun	11-15 tahun	> 15 tahun	
Koperasi	Lama Berdirinya LKM	10-14 tahun	1	1	0	2
		15-19 tahun	0	3	8	11
		20-24 tahun	0	1	5	5
		25-29 tahun	0	0	2	1
	Total	1	5	14	1	21



Tabel 4.7 Analisis *Crosstabulation* Kategori LKM – Lama Penerapan Inovasi – Lama Berdirinya LKM (lanjutan)

Kategori LKM		Lama Penerapan Inovasi				Total	
		1-5 tahun	6-10 tahun	11-15 tahun	> 15 tahun		
BPR/ BPRS	Lama Berdirinya LKM	10-14 tahun		3	1	0	4
		15-19 tahun		1	5	0	6
		20-24 tahun		0	7	1	8
		25-29 tahun		0	1	3	4
		30-34 tahun		0	0	4	4
		35-39 tahun		0	0	11	1
		> 39 tahun		0	0	2	2
		Total		4	14	11	29
Total	Lama Berdirinya LKM	10-14 tahun	1	4	1	0	6
		15-19 tahun	0	4	13	0	17
		20-24 tahun	0	1	11	1	13
		25-29 tahun	0	0	3	4	7
		30-34 tahun	0	0	0	4	4
		35-39 tahun	0	0	0	1	1
		> 39 tahun	0	0	0	2	2
		Total	1	9	28	12	50

#### 4.2.4.2 Lama Berdirinya LKM – Lama Penerapan Inovasi – Rata-rata Omzet Per Tahun

Hasil analisis *crosstabulation* menunjukkan bahwa Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur berdasarkan omzet rata-rata per tahun, mayoritas Lembaga Keuangan Mikro yang memiliki omzet sebesar Rp 500.000.000 per tahun dan telah berdiri selama 10 sampai 14 tahun, rata-rata mereka telah menerapkan inovasi pada proses bisnisnya selama 1 hingga 10 tahun. Sedangkan LKM yang sudah beroperasi selama 15 sampai 19 tahun, telah menerapkan inovasi selama 6 hingga 15 tahun. Lembaga Keuangan Mikro yang memiliki omzet kurang dari Rp 700.000.000 per tahun dan telah beroperasi selama 10 hingga 24 tahun, telah mengadopsi inovasi pada perusahaannya selama 6 sampai 15 tahun. Sementara Lembaga Keuangan Mikro yang mempunyai omzet rata-rata kurang dari Rp 900.000.000 per tahun dan berdiri selama 15 hingga 24 tahun, sudah menerapkan inovasi selama 6 sampai 15 tahun. Serta Lembaga Keuangan Mikro yang memiliki omzet per tahunnya sebesar lebih dari sama dengan Rp 900.000.000 dan telah beroperasi selama 10 hingga 40 tahun, telah mengadopsi inovasi pada proses bisnisnya lebih dari 11 tahun lamanya. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur yang memiliki omzet rata-rata per tahun semakin besar dan lama berdirinya perusahaan tersebut semakin lama, maka semakin lama pula mereka menerapkan

inovasi pada perusahaannya. Berikut merupakan uraian lengkap mengenai hasil *crosstabulation* (Tabel 4.8).

Tabel 4.8 Analisis Crosstabulation Lama Berdirinya LKM – Lama Penerapan Inovasi – Rata-rata Omzet Per Tahun

Rata-rata omzet per tahun			Lama Penerapan Inovasi				Total
			1-5 tahun	6-10 tahun	11-15 tahun	> 15 tahun	
< Rp 500 juta	Lama Berdirinya LKM	10-14 tahun	1	2	0		3
		15-19 tahun	0	1	3		4
	Total		1	3	3		7
Rp 500 juta – Rp 699 juta	Lama Berdirinya LKM	10-14 tahun		2	1		3
		15-19 tahun		2	3		5
	Total			4	8		12
Rp 700 juta – Rp 899 juta	Lama Berdirinya LKM	15-19 tahun		1	6	0	7
		20-24 tahun		1	4	1	6
	Total			2	10	1	13
≥ Rp 900 juta	Lama Berdirinya LKM	15-19 tahun			1	0	1
		20-24 tahun			3	0	3
		25-29 tahun			3	4	7
		30-34 tahun			0	4	4
		35-39 tahun			0	1	1
		≥ 40 tahun			0	2	2
Total				7	11	18	
Total	Lama Berdirinya LKM	10-14 tahun	1	4	1	0	6
		15-19 tahun	0	4	13	0	17
		20-24 tahun	0	1	11	1	13
		25-29 tahun	0	0	3	4	7
		30-34 tahun	0	0	0	4	4
		35-39 tahun	0	0	0	1	1
		≥ 40 tahun	0	0	0	2	2
Total		1	9	28	12	50	

### 4.3 Analisis *Partial Least Square - Structural Equation Modelling* (PLS-SEM)

Pada sub bab ini akan dijelaskan analisis data penelitian dengan model *structural equation modelling-partial least square* (PLS-SEM). Data yang telah dikumpulkan akan diolah dan diuji modelnya dengan menggunakan *software SmartPLS 3.2.8*. Langkah pengolahan dan pengujian model terdiri dari uji *outer* dan *inner model* serta uji hipotesis atau *bootstrapping*.

#### 4.3.1 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pada bagian *outer model* ini akan melihat bagaimana korelasi antara variabel laten dan indikator-indikatornya. Pada model konstruk penelitian ini hanya terdapat indikator reflektif. Di dalam *outer model* reflektif ini terdapat tiga tahap evaluasi yaitu:

a. *Convergent Validity* (Validitas Konvergen)

Tahap pertama bertujuan untuk mengukur antara korelasi variabel laten dan indikator-indikatornya. Berikut ini hasil *factor loading* pada penelitian ini (Lampiran 5).

Tabel 4.9 Nilai *Loading Factor* Sebelum Reduksi

Variabel	Indikator	<i>Factor Loading</i>
Kapabilitas inovasi (CI)	IC1	0,849
	IC2	0,796
	IC3	0,801
Inovasi Produk (IP)	IP1	0,119
	IP2	0,745
	IP3	0,737
	IP4	0,808
Inovasi Proses (IPS)	IPS1	0,837
	IPS2	0,840
	IPS3	0,764
	IPS4	0,701
	IPS5	0,365
Inovasi Pemasaran (IPE)	IPE1	0,746
	IPE2	0,753
	IPE3	0,905
Inovasi Organisasi (IO)	IO1	0,609
	IO2	0,476
	IO3	0,702
	IO4	0,784
	IO5	0,743
Kinerja Inovatif (KI)	KI1	0,833
	KI2	0,643
	KI3	0,778
	KI4	0,649
Kinerja Pasar (KP)	KP1	0,694
	KP2	0,854
	KP3	0,837
Kinerja Keuangan (KK)	KK1	0,915
	KK2	0,737
	KK3	0,817
	KK4	0,356

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa terdapat empat indikator yang tidak memenuhi standar nilai *factor loading* yaitu indikator IP1, IPS5, IO2, dan KK4, sehingga indikator-indikator tersebut harus direduksi dari model penelitian. Dimana artinya indikator IP1, IPS5, IO2, dan KK4 tidak dapat mencerminkan variabel latennya. Selanjutnya akan dijalankan ulang untuk mengetahui nilai *factor loading* yang telah direduksi sebagai berikut (Lampiran 5).

Tabel 4.10 *Loading Factor* Setelah Direduksi

Variabel	Indikator	<i>Loading Factor</i>
Kapabilitas inovasi (CI)	IC1	0,846
	IC2	0,805
	IC3	0,793
Invasi Produk (IP)	IP2	0,744
	IP3	0,799
	IP4	0,846
	IPS1	0,829
Inovasi Proses (IPS)	IPS2	0,857
	IPS3	0,751
	IPS4	0,716
	IPE1	0,762
Inovasi Pemasaran (IPE)	IPE2	0,765
	IPE3	0,888
	IO1	0,769
Inovasi Organisasi (IO)	IO3	0,779
	IO4	0,801
	IO5	0,746
	KI1	0,878
Kinerja Inovatif (KI)	KI2	0,736
	KI3	0,747
	KI4	0,691
	KP1	0,671
Kinerja Pasar (KP)	KP2	0,855
	KP3	0,851
	KK1	0,916
Kinerja Keuangan (KK)	KK2	0,756
	KK3	0,812

Berdasarkan tabel 4.10 semua indikator telah memenuhi standar nilai *factor loading* yang mana nilainya lebih besar dari 0,5. Sehingga dapat dilanjutkan ke tahap kedua evaluasi *convergen validity* yaitu *average variance extracted* (AVE).

#### b. *Discriminant Validity*

Evaluasi selanjutnya pada *outer model* adalah *discriminant validity*, dengan cara mengukur nilai AVE harus lebih dari atau sama dengan 0,5 dan membandingkan antara nilai *square root of average (AVE)* setiap variabel laten dan variabel laten lainnya. Nilai korelasi *cross loading* dengan variabel laten lebih besar dibandingkan dengan korelasi terhadap variabel laten yang lain.

Tabel 4.11 Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)	<i>Cut-Off</i>	Hasil
Kapabilitas inovasi (IC)	0,664	$\geq 0,5$	Memenuhi
Inovasi Produk (IP)	0,636	$\geq 0,5$	Memenuhi
Inovasi Proses (IPS)	0,625	$\geq 0,5$	Memenuhi
Inovasi Pemasaran (IPE)	0,651	$\geq 0,5$	Memenuhi
Inovasi Organisasi (IO)	0,599	$\geq 0,5$	Memenuhi

Tabl 4.11 Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) (lanjutan)

	<b>Average Variance Extracted (AVE)</b>	<b>Cut-Off</b>	<b>Hasil</b>
Kineja Inovatif (KI)	0,587	≥0,5	Memenuhi
Kinerja Pasar (KP)	0,635	≥0,5	Memenuhi
Kinerja Keuangan (KK)	0,690	≥0,5	Memenuhi

Pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa semua variabel laten telah memenuhi kriteria nilai *average variance extracted* (AVE). Dari dua kriteria tersebut menjelaskan bahwa jawaban responden dapat dikatakan valid.

Tabel 4.12 Nilai Akar AVE dan Korelasi Antar Variabel Laten

	<b>IC</b>	<b>IO</b>	<b>IPE</b>	<b>IP</b>	<b>IPS</b>	<b>KI</b>	<b>KK</b>	<b>KP</b>
Kapabilitas inovasi (IC)	<b>0,815</b>							
Inovasi Organisasi (IO)	0,411	<b>0,774</b>						
Inovasi Pemasaran (IPE)	0,385	0,448	<b>0,807</b>					
Inovasi Produk (IP)	0,163	0,495	0,253	<b>0,798</b>				
Inovasi Proses (IPS)	0,247	0,603	0,499	0,588	<b>0,790</b>			
Kinerja Inovatif (KI)	0,091	0,573	0,194	0,560	0,493	<b>0,766</b>		
Kinerja Keuangan (KK)	0,251	0,505	0,261	0,379	0,331	0,385	<b>0,831</b>	
Kinerja Pasar (KP)	0,036	0,349	0,004	0,281	0,168	0,536	0,408	<b>0,797</b>

Berdasarkan tabel 4.12 pada setiap variabel laten telah memenuhi *discriminant validity* karena memiliki nilai akar AVE yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan korelasi antar variabel di dalam model dan semua nilai akar AVE lebih dari 0,5.

c. *Composite Reliability*

Evaluasi terakhir pada *outer model* adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *composite reliability* lebih besar sama dengan 0,7 dan nilai *cronbach's alpha* dengan minimal nilai 0,6, sehingga variabel laten tersebut dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4.13 Nilai *Composite Reliability*

	<b>Composite Reliability (CR)</b>	<b>Cut-Off</b>	<b>Cronbach Alpha</b>	<b>Cut-Off</b>	<b>Hasil</b>
Kapabilitas inovasi (IC)	0,856	≥0,7	0,752	≥0,6	Memenuhi
Inovasi Produk (IP)	0,839	≥0,7	0,735	≥0,6	Memenuhi
Inovasi Proses (IPS)	0,869	≥0,7	0,805	≥0,6	Memenuhi
Inovasi Pemasaran (IPE)	0,848	≥0,7	0,735	≥0,6	Memenuhi
Inovasi Organisasi (IO)	0,856	≥0,7	0,779	≥0,6	Memenuhi
Kineja Inovatif (KI)	0,849	≥0,7	0,770	≥0,6	Memenuhi
Kinerja Pasar (KP)	0,838	≥0,7	0,714	≥0,6	Memenuhi
Kinerja Keuangan (KK)	0,869	≥0,7	0,794	≥0,6	Memenuhi

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa semua variabel laten telah memenuhi kriteria uji reliabilitas, sehingga dapat dikatakan bahwa jawaban responden reliabel atau dapat dipercaya.

#### 4.3.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Langkah selanjutnya yaitu model structural atau *inner model* yang mana akan melihat bagaimana korelasi antara variabel dan variabel lainnya sesuai dengan konstruk yang telah dibuat. Berikut uji terhadap *inner model* pada penelitian ini.

Tabel 4.14 Nilai Evaluasi *Inner Model*

	<i>R Square (R<sup>2</sup>)</i>	Pengaruh
Inovasi Produk (IP)	0,131	Lemah
Inovasi Proses (IPS)	0,110	Lemah
Inovasi Pemasaran (IPE)	0,148	Lemah
Inovasi Organisasi (IO)	0,169	Lemah
Kineja Inovatif (KI)	0,445	<i>Moderate</i>
Kinerja Pasar (KP)	0,487	<i>Moderate</i>
Kinerja Keuangan (KK)	0,366	<i>Moderate</i>

<i>Effect Size</i>			
	Variabel	Nilai	Hasil
Kapabilitas inovasi (IC)	Inovasi Produk (IP)	0,132	Kecil
Kapabilitas inovasi (IC)	Inovasi Proses (IPS)	0,108	Kecil
Kapabilitas inovasi (IC)	Inovasi Pemasaran (IPE)	0,174	<i>Moderate</i>
Kapabilitas inovasi (IC)	Inovasi Organisasi (IO)	0,204	<i>Moderate</i>
Inovasi Produk (IP)	Kineja Inovatif (KI)	0,126	Kecil
Inovasi Proses (IPS)	Kineja Inovatif (KI)	0,113	Kecil
Inovasi Pemasaran (IPE)	Kineja Inovatif (KI)	0,147	Kecil
Inovasi Organisasi (IO)	Kineja Inovatif (KI)	0,160	<i>Moderate</i>
Kineja Inovatif (KI)	Kinerja Pasar (KP)	0,403	Besar
Kinerja Pasar (KP)	Kinerja Keuangan (KK)	0,300	<i>Moderate</i>
<i>Q Square (Q<sup>2</sup>)</i>		0,901	Model memiliki relevansi predektif atau model fit
<i>Goodness of Fit (GoF)</i>		0,410	Model fit baik/ <i>robust</i>

Berdasarkan tabel 4.14, variabel keempat jenis inovasi yang diukur menggunakan *R-square* dipengaruhi oleh kapabilitas inovasi. Presentase keragaman data pada variabel inovasi produk yang dapat dijelaskan oleh kapabilitas inovasi adalah 13,1 persen dan sisanya 86,9 persen dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini. Variabel inovasi proses dapat dijelaskan oleh variabel kapabilitas inovasi sebesar 11 persen dan sisanya 89 persen dipengaruhi oleh faktor

lain di luar penelitian. Ketiga variabel inovasi pemasaran dapat dipengaruhi oleh kapabilitas inovasi sebesar 14,8 persen dan sebesar 85,2 persen dipengaruhi faktor selain kapabilitas inovasi. Sementara inovasi organisasi dipengaruhi oleh kapabilitas inovasi sebesar 16,9 persen dan 83,1 persen dipengaruhi selain kapabilitas inovasi. Selanjutnya variabel kinerja inovatif dapat dijelaskan oleh variabel inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, dan inovasi organisasi sebesar 44,5 persen dan sisanya 55,5 persen dipengaruhi oleh faktor selain keempat jenis inovasi tersebut. Variabel kinerja pasar dapat dipengaruhi oleh faktor kinerja inovatif sebesar 48,7 persen dan sisanya 51,3 persen dipengaruhi oleh faktor di luar penelitian. Terakhir, kinerja keuangan dapat dipengaruhi oleh kinerja pasar sebesar 36,6 persen dan sisanya 63,4 persen kinerja keuangan dipengaruhi oleh faktor di luar penelitian ini.

Berdasarkan nilai *F-square* diatas, dapat disimpulkan bahwa model yang memiliki pengaruh paling kuat adalah variabel kinerja inovatif ke kinerja pasar. Hal ini sesuai dengan nilai *R-square* yang sebelumnya telah diketahui, bahwa indikator pernyataan yang dimiliki oleh kedua variabel menunjukkan adanya hubungan yang besar antara keduanya. Model kedua yang memiliki hubungan cukup kuat adalah variabel kapabilitas inovasi terhadap inovasi organisasi, dengan skor *moderate*. Begitu pula dengan hubungan yang cukup kuat antara kinerja pasar dan kinerja keuangan, dengan skor *moderate*. Sementara model yang memiliki pengaruh paling kecil adalah variabel inovasi proses terhadap kinerja inovatif, karena nilai *F-square* yang paling rendah.

Perhitungan *Q-square* menunjukkan bahwa besarnya keragaman dari data penelitian yang telah dijelaskan oleh model struktural yaitu 90,1 persen, sehingga sebesar 9,9 persen disebabkan oleh faktor lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil ini, model struktural dalam penelitian ini dapat dikatakan memiliki relevansi prediktif yang baik, karena nilai *Q-square* telah melebihi 0 dan mendekati 1 (Ghozali, 2011).

Setelah melakukan evaluasi *inner model*, selanjutnya nilai *goodness of fit* dapat diketahui dengan menghitung akar dari perkalian nilai rata-rata AVE dan nilai rata-rata *R-square*, sehingga didapatkan nilai sebesar 0,410 yang artinya bahwa model penelitian ini dapat dikatakan model fit *moderate*.

### 4.3.3 Uji Hipotesis atau *Bootstrapping*

Setelah memenuhi standar dari evaluasi *outer model* dan *inner model*, langkah selanjutnya adalah uji hipotesis atau *bootstrapping*. Prosedur yang digunakan untuk mengevaluasi parameter yaitu jumlah replikasi B sebesar 500, karena semakin tinggi nilai *bootstrap* maka akan semakin stabil hasil yang diperoleh. Selain itu juga penelitian ini menggunakan taraf signifikan sebesar 5 persen karena semakin rendah taraf signifikansi maka semakin kecil pula peluang kesalahan dari hasil pengujian yang dilakukan, maka nilai t-tabel adalah 1,96. Hipotesis yang digunakan sebagai berikut:

1. Variabel laten *kapabilitas inovasi* terhadap variabel laten inovasi produk.

$$H_0 : \gamma_{11} = 0$$

$$H_1 : \gamma_{11} \neq 0$$

2. Variabel laten *kapabilitas inovasi* terhadap variabel laten inovasi proses.

$$H_0 : \gamma_{12} = 0$$

$$H_1 : \gamma_{12} \neq 0$$

3. Variabel laten *kapabilitas inovasi* terhadap variabel laten inovasi pemasaran.

$$H_0 : \gamma_{13} = 0$$

$$H_1 : \gamma_{13} \neq 0$$

4. Variabel laten *kapabilitas inovasi* terhadap variabel laten inovasi organisasi.

$$H_0 : \gamma_{14} = 0$$

$$H_1 : \gamma_{14} \neq 0$$

5. Variabel laten inovasi produk terhadap variabel laten kinerja inovatif.

$$H_0 : \gamma_{15} = 0$$

$$H_1 : \gamma_{15} \neq 0$$

6. Variabel laten inovasi proses terhadap variabel laten kinerja inovatif.

$$H_0 : \gamma_{16} = 0$$

$$H_1 : \gamma_{16} \neq 0$$

7. Variabel laten inovasi pemasaran terhadap variabel laten kinerja inovatif.

$$H_0 : \gamma_{17} = 0$$

$$H_1 : \gamma_{17} \neq 0$$

8. Variabel laten inovasi organisasi terhadap variabel laten kinerja inovatif.

$$H_0 : \gamma_{18} = 0$$



$$H_1 : \gamma_{18} \neq 0$$

9. Variabel laten kinerja inovatif terhadap variabel laten kinerja pasar.

$$H_0 : \gamma_{19} = 0$$

$$H_1 : \gamma_{19} \neq 0$$

10. Variabel laten kinerja pasar terhadap variabel laten kinerja keuangan.

$$H_0 : \gamma_{110} = 0$$

$$H_1 : \gamma_{110} \neq 0$$

Hasil pengujian korelasi antar variabel laten akan disajikan pada tabel 4.15 dibawah ini (Lampiran 6).

Tabel 4.15 Uji Hipotesis atau *Boostraping*

	Hubungan	Arah	Nilai Original Sample	T- statistik	P- Value	Hasil
Kapabilitas inovasi (IC)	→ Inovasi Produk (IP)	(+)	0,294	2,352	0,010	Diterima
Kapabilitas inovasi (IC)	→ Inovasi Proses (IPS)	(+)	0,287	2,114	0,028	Diterima
Kapabilitas inovasi (IC)	→ Inovasi Pemasaran (IPE)	(+)	0,385	3,075	0,002	Diterima
Kapabilitas inovasi (IC)	→ Inovasi Organisasi (IO)	(+)	0,446	3,680	0,000	Diterima
Inovasi Produk (IP)	→ Kinerja Inovatif (KI)	(+)	0,293	2,288	0,012	Diterima
Inovasi Proses (IPS)	→ Kinerja Inovatif (KI)	(+)	0,382	2,189	0,028	Diterima
Inovasi Pemasaran (IPE)	→ Kinerja Inovatif (KI)	(+)	0,321	2,451	0,009	Diterima
Inovasi Organisasi (IO)	→ Kinerja Inovatif (KI)	(+)	0,301	2,559	0,008	Diterima
Kinerja Inovatif (KI)	→ Kinerja Pasar (KP)	(+)	0,536	5,243	0,000	Diterima
Kinerja Pasar (KP)	→ Kinerja Keuangan (KK)	(+)	0,505	4,418	0,000	Diterima

#### 4.3.3.1 H1: Kapabilitas Inovasi Memiliki Pengaruh Positif Pada Inovasi Produk

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa pengaruh antara variable laten kapabilitas inovasi terhadap inovasi produk memiliki nilai t-statistik sebesar 2,352 yang lebih besar dari nilai t-tabel 1,96 dan nilai p-values 0,010 yang lebih kecil dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0,05. Artinya variabel kapabilitas inovasi berpengaruh signifikan terhadap inovasi produk. Nilai original sample hipotesis ini sebesar 0,294, artinya semakin baik tingkat kapabilitas inovasi maka inovasi produk juga

akan semakin meningkat. Sehingga H1 yang menyatakan kapabilitas inovasi memiliki pengaruh signifikan positif terhadap inovasi produk dapat diterima.

Hasil ini mendukung penelitian Rajapathirana & Hui (2017) yang menyatakan bahwa kapabilitas inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap inovasi produk. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel tersebut bersifat konsisten karena hasil pada penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian sebelumnya.

Dapat diinterpretasikan bahwa kapabilitas inovasi memiliki pengaruh signifikan positif terhadap inovasi produk, dikarenakan kapabilitas inovasi adalah suatu aset spesial perusahaan yang berkaitan dengan kemampuan internal dalam mengenalkan produk-produk baru (Guan & Ma, 2003). Selain itu bermacam jenis aset, sumber daya, dan kemampuan diperlukan untuk membuat berbagai inovasi berjalan dengan sukses (Sen & Egelhoff, 2000). Inovasi produk dapat dicapai dengan memanfaatkan teknologi dan pengetahuan yang sudah ada atau yang baru. Selalu melakukan komunikasi pada perusahaan, antar perusahaan, dan dengan pelanggan dan *supplier* perusahaan merupakan sebuah langkah penting untuk menjadi sukses dalam inovasi produk (Alam et al., 2013). Kini inovasi menjadi semakin kompleks, karena itu kemampuan inovasi harus didefinisikan dalam cakupan yang luas agar sesuai dengan strategi perusahaan dan mengakomodasi pada lingkungan yang kompetitif.

#### **4.3.3.2 H2: Kapabilitas inovasi Memiliki Pengaruh Positif Pada Inovasi Proses**

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa pengaruh antara variable laten kapabilitas inovasi terhadap inovasi proses memiliki nilai t-statistik 2,114 yang lebih besar dari nilai t-tabel 1,96 dan nilai *p-values* 0,028 yang lebih kecil dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0,05. Artinya variabel kapabilitas inovasi berpengaruh signifikan terhadap inovasi proses. Nilai original sample hipotesis ini sebesar 0,287, artinya semakin baik tingkat kapabilitas inovasi maka keberhasilan inovasi proses juga akan semakin meningkat. Sehingga H2 yang menyatakan kapabilitas inovasi memiliki pengaruh signifikan positif terhadap inovasi proses dapat diterima.

Hasil ini mendukung penelitian Rajapathirana & Hui (2017) yang menyatakan bahwa kapabilitas inovasi memiliki pengaruh yang signifikan

terhadap inovasi proses. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel tersebut bersifat konsisten karena hasil pada penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian sebelumnya.

Kogut & Zander (1992) mendefinisikan kapabilitas inovasi perusahaan sebagai kemampuan perusahaan untuk memobilisasi pengetahuan dan karyawannya, serta mengombinasikannya untuk menghasilkan inovasi proses. Inovasi proses dapat dicapai dengan meningkatkan produktivitas dan efisiensi kegiatan produksi.

#### **4.3.3.3 H3: Kapabilitas inovasi Memiliki Pengaruh Positif Pada Inovasi Pemasaran**

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa pengaruh antara variable laten kapabilitas inovasi terhadap inovasi pemasaran memiliki nilai t-statistik yang lebih besar dari nilai t-tabel yaitu 3,075 dan nilai *p-values* lebih kecil dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ) yaitu 0,002. Demikian variabel kapabilitas inovasi berpengaruh signifikan terhadap inovasi pemasaran. Nilai original sample hipotesis ini sebesar 0,385, artinya semakin baik tingkat kapabilitas inovasi maka kesuksesan inovasi pemasaran juga akan semakin meningkat. Sehingga H3 yang menyatakan kapabilitas inovasi memiliki pengaruh signifikan positif terhadap inovasi pemasaran dapat diterima.

Hasil ini mendukung penelitian Rajapathirana & Hui (2017) yang menyatakan bahwa kapabilitas inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap inovasi pemasaran. Sehingga menunjukkan bahwa variabel tersebut bersifat konsisten karena hasil pada penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian sebelumnya.

Inovasi pemasaran merupakan kemampuan perusahaan untuk mempublikasikan dan menjual produk berdasarkan pemahaman kebutuhan konsumen, keadaan persaingan, biaya dan manfaat, dan penerimaan inovasi (Yam et al., 2011). Penelitian yang dilakukan oleh Lin & Chen (2007) pada UKM sektor jasa dan manufaktur di Taiwan menemukan bahwa inovasi pemasaran dan teknologi merupakan inovasi yang paling utama dan sering di adopsi oleh perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil nilai t-statistik hipotesis ini, bahwa nilai tersebut merupakan salah satu nilai terbesar setelah nilai t-statistik pada

hipotesis ke empat (H4), sehingga inovasi pemasaran merupakan inovasi yang sering diadopsi oleh perusahaan sektor perbankan atau keuangan.

#### **4.3.3.4 H4: Kapabilitas inovasi Memiliki Pengaruh Positif Pada Inovasi Organisasi**

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa pengaruh antara variable laten kapabilitas inovasi terhadap inovasi organisasi memiliki nilai t-statistik sebesar lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 3,680 dan nilai *p-values* lebih kecil dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,000. Sehingga dapat dikatakan variabel kapabilitas inovasi berpengaruh signifikan terhadap inovasi organisasi. Nilai original sample hipotesis ini sebesar 0,446, artinya semakin baik tingkat kapabilitas inovasi maka inovasi organisasi juga akan semakin meningkat. Sehingga H4 yang menyatakan kapabilitas inovasi memiliki pengaruh signifikan positif terhadap inovasi organisasi dapat diterima.

Hasil ini mendukung penelitian Rajapathirana & Hui (2017) yang menyatakan bahwa kapabilitas inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap inovasi organisasi. Maka dari itu menunjukkan bahwa variabel tersebut bersifat konsisten karena hasil pada penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian sebelumnya.

Melihat nilai t-statistik pada hipotesis ini yang mana merupakan nilai t-statistik terbesar daripada hipotesis pengaruh antara kapabilitas inovasi dan jenis inovasi lainnya dengan demikian Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur sangat memperhatikan dan mengutamakan inovasi organisasi perusahaan. Sebuah organisasi yang memiliki budaya selalu mengedepankan inovasi dan memiliki orang-orang yang tepat, hal tersebut akan memberikan serangkaian ide yang dapat mengubah konsep bisnis menjadi lebih menguntungkan (Rajapathirana & Hui, 2017). Inovasi organisasi sebagai kemampuan perusahaan dalam mengelola praktik bisnis perusahaan, manajemen organisasi internal dan eksternal. Perubahan struktur dan prosedur organisasi dapat mendorong penciptaan produk dan proses baru (Chang, et al., 2012).

#### **4.3.3.5 H5: Inovasi Produk Memiliki Pengaruh Positif Pada Kinerja Inovatif**

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa pengaruh antara variable laten inovasi produk terhadap kinerja inovatif memiliki nilai *t-statistic* 2,288 yang lebih

besar dari nilai  $t$ -tabel dan nilai  $p$ -values 0,012 yang lebih kecil dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ). Artinya variabel inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja inovatif. Nilai *original sample* hipotesis ini sebesar 0,293, artinya semakin baik menerapkan inovasi produk pada perusahaan maka kinerja inovatif juga akan semakin meningkat. Sehingga H5 yang menyatakan inovasi produk atau jasa memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kinerja inovatif dapat diterima.

Hasil ini mendukung penelitian Rajapathirana & Hui (2017) dan Gunday et al., (2011) yang menyatakan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja inovatif. Selain itu Mabrouk & Mamoghli (2010) telah menginvestigasi inovasi pada sektor perbankan, yang mana mengindikasikan bahwa inovasi produk dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel tersebut bersifat konsisten karena hasil pada penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

Dapat diinterpretasikan bahwa inovasi produk atau jasa memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kinerja inovatif dikarenakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh Lembaga Keuangan Mikro sangat bervariasi. Selain itu juga Lembaga Keuangan Mikro mengembangkan produk secara rutin, menawarkan pengembangan produk perusahaan ke konsumen, dan juga menawarkan produk dan jasa yang memiliki kualitas yang unggul.

#### **4.3.3.6 H6: Inovasi Proses Memiliki Pengaruh Positif Pada Kinerja Inovatif**

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel laten inovasi proses terhadap kinerja inovatif memiliki nilai  $t$ -statistic lebih besar dari nilai  $t$ -tabel yaitu 2,189 dan nilai  $p$ -values 0,028 yang lebih kecil dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ). Artinya bahwa variabel inovasi proses memiliki pengaruh terhadap kinerja inovatif. Nilai *original sample* pada hipotesis ini sebesar 0,382, artinya semakin baik dalam menerapkan inovasi proses pada perusahaan maka kinerja inovatif juga akan semakin meningkat. Sehingga H6 yang menyatakan inovasi proses memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kinerja inovatif dapat diterima. Dengan demikian H6 yang menyatakan inovasi proses memiliki pengaruh terhadap kinerja inovatif dapat diterima.

Hasil hipotesis ini mendukung penelitian Rajapathirana & Hui (2017) dan Gunday et al., (2011) yang menjelaskan bahwa inovasi proses memiliki pengaruh

yang signifikan terhadap kinerja inovatif. Begitu pula penelitian oleh Mabrouk & Mamoghli (2010) yang memaparkan bahwa inovasi proses dapat meningkatkan profitabilitas dan efisiensi perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel tersebut bersifat konsisten karena hasil pada penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

Inovasi proses muncul sebagai salah satu faktor utama pendorong kinerja inovatif untuk Lembaga Keuangan Mikro, yang mana juga ditunjukkan adanya hubungan yang kuat dengan kapabilitas inovasi. Inovasi proses terkait pengurangan waktu pada siklus operasional, untuk menghasilkan pekerjaan dan proses bisnis menjadi lebih efektif dan efisien. Adanya sistem pencatatan bisnis yang tepat, menangani kebutuhan pelanggan dengan teknologi yang canggih dan dibuat khusus akan mendorong kinerja yang efektif (Rajapathirana & Hui, 2017).

#### **4.3.3.7 H7: Inovasi Pemasaran Memiliki Pengaruh Positif Pada Kinerja Inovatif**

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa pengaruh antara variable laten inovasi pemasaran terhadap kinerja inovatif memiliki nilai *t-statistic* lebih besar dari nilai *t-tabel* yaitu 2,451 dan nilai *p-values* 0,009 yang lebih kecil dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ). Artinya bahwa variabel inovasi pemasaran memiliki pengaruh terhadap kinerja inovatif. Nilai *original sample* hipotesis ini sebesar 0,321, artinya apabila perusahaan dalam menerapkan inovasi pemasaran semakin baik maka kinerja inovatif akan meningkat. Dengan demikian H7 yang menyatakan inovasi pemasaran memiliki pengaruh terhadap kinerja inovatif dapat diterima.

Hasil ini mendukung penelitian Rajapathirana & Hui (2017) yang menyatakan bahwa inovasi pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja inovatif. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel tersebut bersifat konsisten karena hasil pada penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian sebelumnya.

Inovasi pemasaran menjadi salah satu faktor utama pendorong kinerja inovatif untuk Lembaga Keuangan Mikro, yang mana juga ditunjukkan adanya hubungan yang kuat dengan kapabilitas inovasi. Hal tersebut juga dapat dilihat pada nilai *t-statistik* hipotesis ini yang mana merupakan salah satu nilai *t-statistik* terbesar setelah hipotesis ke delapan (H8), dengan demikian bahwa inovasi

pemasaran merupakan faktor inovasi utama dalam memengaruhi kinerja inovatif Lembaga Keuangan Mikro. Adanya hubungan yang kuat antara inovasi pemasaran dengan kinerja inovasi menunjukkan bahwa budaya organisasi inovatif yang memberikan informasi lebih tepat terkait pelanggan potensial, kebutuhan dan harapan pelanggan guna untuk menciptakan inovasi pemasaran yang lebih efektif dan efisien, sehingga kinerja inovatif perusahaan akan meningkat (Rajapathirana & Hui, 2017). Di sisi lain Johne & Davies (2000), menjelaskan bahwa inovasi pemasaran dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan profitabilitas perusahaan.

#### **4.3.3.8 H8: Inovasi Organisasi Memiliki Pengaruh Positif Pada Kinerja Inovatif**

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa pengaruh antara variable laten inovasi institusional terhadap kinerja inovatif memiliki nilai *t-statistic* 2,559 yang lebih besar dari nilai *t-tabel* dan nilai *p-values* 0,008 yang lebih kecil dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ). Artinya bahwa variabel inovasi organisasi memiliki pengaruh terhadap kinerja inovatif. Nilai *original sample* hipotesis ini sebesar 0,301, artinya apabila perusahaan dalam menerapkan inovasi organisasi semakin baik maka kinerja inovatif akan meningkat. Dengan demikian H8 yang menyatakan inovasi organisasi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja inovatif dapat diterima.

Hasil ini berbeda dengan hasil penelitian Rajapathirana & Hui (2017) yang menyatakan bahwa inovasi organisasi merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh pada kinerja inovatif perusahaan. Perbedaan hasil ini dipengaruhi beberapa faktor antara lokasi dan responden penelitian, dimana penelitian Rajapathirana & Hui (2017) berlokasi di Sri Lanka dan menggunakan responden penelitian yaitu perusahaan asuransi, sedangkan penelitian ini memiliki responden berupa Lembaga Keuangan Mikro (LKM) dan lokasi penelitian di Indonesia. Namun hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunday et al. (2011), Chiang & Hung (2010), dan Reed & Storrud-barnes (2012) yang menyatakan bahwa inovasi organisasi menjadi salah satu faktor kritis dalam kinerja inovatif.

Nilai *t-statistik* yang dimiliki pada hasil hipotesis ini memiliki nilai terbesar diantara hubungan jenis inovasi lainnya dengan kinerja inovatif, sehingga dapat

dikatakan bahwa inovasi organisasi berperan penting dan utama dalam memengaruhi kinerja inovatif Lembaga Keuangan Mikro. Inovasi organisasi merupakan salah satu faktor utama pendorong kinerja inovatif untuk Lembaga Keuangan Mikro, hal ini juga ditunjukkan adanya hubungan yang kuat dengan kapabilitas inovasi. Dalam konteks organisasi menyinggung karakteristik suatu usaha atau organisasi dan sumber daya yang relevan terhadap proses adopsi sebuah inovasi ataupun teknologi. Menurut Cloete, Courtney, & Fintz (2002), kesuksesan pegadopsian suatu inovasi untuk perusahaan kecil sangat bergantung pada tingkat penguasaan teknologi informasi dari pemiliknya, sebagai inisiator dan penentu keputusan bisnis.

#### **4.3.3.9 H9: Terdapat Pengaruh Positif Dan Signifikan Dari Kinerja Inovatif Terhadap Kinerja Pasar Perusahaan**

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa pengaruh antara variable laten kinerja inovatif terhadap kinerja pasar memiliki nilai *t-statistic* lebih besar dari nilai *t-tabel* yaitu 5,243 dan nilai *p-values* lebih kecil dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ) yaitu 0,000. Artinya variabel kinerja inovatif berpengaruh signifikan terhadap kinerja pasar. Nilai *original sample* pada hipotesis ini sebesar 0,536, artinya semakin tinggi kinerja inovatif maka kinerja pasar juga akan semakin meningkat. Sehingga H9 yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan positif dari kinerja inovatif terhadap kinerja pasar dapat diterima.

Hasil ini mendukung penelitian Rajapathirana & Hui (2017), Gunday et al., (2011), Gok & Peker (2016), dan Stock & Reiferscheid (2014) yang menyatakan bahwa kinerja inovatif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pasar. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel tersebut bersifat konsisten karena hasil pada penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

Dapat diinterpretasikan bahwa kinerja inovatif jasa memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kinerja pasar dikarenakan perusahaan yang memiliki kemampuan inovasi yang tinggi secara langsung memiliki total penjualan dan nilai pangsa pasar yang tinggi pula (Rajapathirana & Hui, 2017). Agarwal, Erramilli, & Dev (2003) mengemukakan bahwa kinerja pasar dan kinerja keuangan tidak dapat direalisasikan tanpa kinerja inovasi yang unggul. Selain itu Han et al. (1998) juga



mengemukakan bahwa pengaruh antara inovasi, kinerja pasar, dan kinerja keuangan tidak langsung melainkan dimediasi oleh kinerja inovatif. Penelitian yang dikemukakan oleh Gunday et al. (2011), kinerja inovatif berafiliasi pertama kali dengan aspek *non-finansial* dari kinerja perusahaan, seperti aspek kepuasan pelanggan, dan kemudian akan meningkatkan kinerja keuangan.

Kinerja inovatif dapat meningkatkan kinerja pasar perusahaan dengan berbagai cara seperti mengidentifikasi kemungkinan teknologi-teknologi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan guna untuk mendapatkan pelanggan baru. Inovasi membantu untuk mencocokkan kemungkinan berbagai macam teknologi dengan karakteristik permintaan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta mendapatkan pelanggan dan pasar baru, dengan demikian dapat meningkatkan posisi pasar perusahaan (Hogan & Coote, 2014). Perusahaan dapat mempertahankan kekuatan pasar mereka melalui berbagai kegiatan inovasi dan mengubahnya menjadi kinerja yang unggul dan tangguh dengan mengembangkan satu produk inovasi menjadi beberapa produk baru (Rubera & Kirca, 2012).

#### **4.3.3.10 H10: Terdapat Pengaruh Positif Dan Signifikan Dari Kinerja Pasar Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan**

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa pengaruh antara variable laten kinerja pasar terhadap kinerja keuangan memiliki nilai *t-statistic* lebih besar dari nilai *t*-tabel sebesar 4,418 dan nilai *p-values* lebih kecil dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,000. Artinya variabel kinerja pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Nilai *original sample* hipotesis ini sebesar 0,505, artinya semakin tinggi kinerja pasar maka kinerja keuangan juga akan semakin meningkat. Sehingga H10 yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan positif dari kinerja pasar terhadap kinerja keuangan dapat diterima.

Hasil ini mendukung penelitian Rajapathirana & Hui (2017), Gunday et al. (2011), dan Gok & Peker (2016) yang menyatakan bahwa kinerja pasar memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kinerja keuangan. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel tersebut bersifat konsisten karena hasil pada penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

Dimana perusahaan yang memiliki kinerja pasar yang baik maka kinerja keuangan perusahaan tersebut juga baik, sehingga memiliki pengaruh signifikan dan positif.

Melihat kondisi pasar saat ini *customer-driven*, dimana pelanggan memegang peran penting untuk mencapai kinerja keuangan perusahaan yang lebih baik, kompetensi pemasaran menjadi salah satu sumber terpenting bagi kinerja keuangan (Li, 2000). Meningkatnya jumlah premi harga dan pendapatan penjualan, pertumbuhan penjualan dan pangsa pasar, serta menurunnya jumlah biaya unit marjinal secara langsung berkontribusi pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan secara signifikan (Buzzell & Gale, 1987; Venkatraman & Ramanujam, 1986; Wang & Wei, 2005). Kinerja pasar perusahaan terkait dengan bagaimana atau seberapa baik perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, ketika perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya dengan baik maka perusahaan tersebut akan mendapatkan pendapatan atau keuntungan yang lebih. Hal tersebut juga didukung pernyataan oleh Reichheld, Markey, & Hopton (2000) bahwa kepuasan dan loyalitas pelanggan mendorong perusahaan mendapatkan profitabilitas dan pertumbuhan pendapatan yang lebih tinggi. Sama halnya yang dijelaskan oleh Karabulut (2015) bahwa suatu perusahaan yang memiliki pangsa pasar yang lebih besar, maka *return on investment* yang menghasilkan margin keuntungan juga akan lebih besar.

#### **4.4 Implikasi Manajerial**

Pada bagian ini akan dijelaskan implikasi manajerial yang bermanfaat bagi Lembaga Keuangan Mikro untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan tetap kompetitif di industri tersebut dengan menerapkan inovasi-inovasi tertentu. Selain itu, terdapat pula implikasi manajerial bagi Pemerintah Pusat dan Daerah yang menaungi atau berkaitan dengan LKM untuk membuat kebijakan dan program-program khusus untuk meningkatkan kinerja Lembaga Keuangan Mikro.

##### **4.4.1 Implikasi Manajerial Bagi Lembaga Keuangan Mikro (LKM)**

Untuk meningkatkan kinerja Lembaga Keuangan Mikro dan bertahan dalam sektor keuangan mikro yang kini semakin berkembang setiap tahunnya serta tak hentinya teknologi dan informasi berkembang yang menyebabkan semakin ketat persaingan global, hendaknya Lembaga Keuangan Mikro melakukan *benchmarking* terhadap kegiatan inovatif yang telah dilakukan oleh perusahaan

sejenis di Indonesia dan di beberapa negara berkembang lainnya dan *brainstorming* terkait kegiatan inovatif tersebut yang dapat diterapkan pada perusahaan. Hal tersebut dikarenakan inovasi adalah faktor pendorong utama kinerja keuangan suatu perusahaan dan harus dieksekusi sebagai unsur penting dari strategi bisnis. Pengaruh antara kapabilitas inovasi dan kinerja perusahaan akan memberikan panduan untuk bagaimana seharusnya perusahaan untuk meraih kinerja yang lebih baik dan unggul dengan menerapkan inovasi-inovasi. Dengan demikian, Lembaga Keuangan Mikro diharapkan dapat melakukan kegiatan inovatif dengan cara selalu memperbarui proses bisnisnya mulai dari segi produk dan pelayanan, proses operasional, pemasaran, dan organisasi yang berlandaskan perkembangan teknologi dan informasi. Dengan tujuan meraih keuntungan yang lebih besar dari pengadopsian inovasi, manajer harus fokus pada praktik yang secara langsung meningkatkan tingkat pencapaian dimensi inovasi.

Memiliki pemahaman yang tepat terkait karakteristik inovasi akan membantu perusahaan untuk memprioritaskan strategi pasar, produksi, dan teknologi mereka yang selanjutnya diikuti oleh rencana tindakan yang sesuai (Chatzoglou & Chatzoudes, 2018). Penelitian ini merekomendasikan Lembaga Keuangan Mikro untuk mengembangkan produk mikro dan layanan untuk memenuhi permintaan masyarakat level menengah kebawah dan tidak mempunya mereka membeli produk keuangan yang ditawarkan oleh perbankan. Inovasi produk yang dapat dilakukan seperti menyediakan produk kredit kelompok, yang mana kredit kelompok memiliki dampak positif pada kesejahteraan wirausaha perempuan (Office of The Chief Economist EBRP, 2012). Selain itu juga dapat memperluas produk kredit mikro ke masyarakat dan kredit kelompok dapat membantu dalam memitigasi kredit macet (Kodongo & Kendi, 2013).

Berdasarkan analisis *usage* diketahui bahwa jenis inovasi yang paling sering diterapkan oleh Lembaga Keuangan Mikro yaitu inovasi produk, pemasaran, dan organisasi, maka disarankan untuk fokus meningkatkan pada inovasi proses, seperti platform *online* yang akan memengaruhi kinerja Lembaga Keuangan Mikro. Hal yang tak kalah pentingnya untuk meningkatkan profitabilitas, Lembaga Keuangan Mikro juga disarankan untuk terus melakukan inovasi pemasaran seperti melakukan teknik promosi secara online dan membuka kantor cabang di beberapa

daerah tertentu. Saran yang direkomendasikan lainnya yaitu mengembangkan sistem organisasi perusahaan seperti memperbarui dan memperluas hubungan eksternal, hal ini akan meningkatkan kinerja perusahaan. Lembaga Keuangan Mikro disarankan untuk lebih fokus melakukan analisis faktor eksternal dalam melakukan inovasi seperti menganalisis bagaimana perubahan tren demografi dan selalu memperbarui dan mengikuti pengetahuan-pengetahuan yang terbaru. Selain faktor eksternal tersebut, faktor internal yang juga harus dilakukan adalah selalu mengikuti arah pasar dan industri keuangan mikro serta menganalisis apa dan bagaimana kebutuhan keuangan mikro yang diinginkan oleh masyarakat.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan indikator-indikator yang mewakili tiap faktor yang digunakan untuk mengukur pengaruh jenis inovasi terhadap kinerja Lembaga Keuangan Mikro di Provinsi Jawa Timur. Pada level faktor, inovasi organisasi merupakan faktor dengan bobot kepentingan tertinggi yang memengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Kesuksesan penerapan suatu inovasi untuk perusahaan sangat bergantung pada tingkat penguasaan teknologi informasi dari pemiliknya, sebagai inisiator dan penentu keputusan bisnis (Cloete et al., 2002). Maka dari itu setidaknya Lembaga Keuangan Mikro memiliki pihak manajemen dengan kualifikasi yang memadai dan mengaplikasikan teknologi yang simpel dan paling mudah diterapkan sejak dini pada usahanya.

Sedangkan pada level indikator, IP4 (setiap produk perusahaan memiliki *technical specification* dengan jelas), IPS2 (membangun *flat form* operasional), IPE3 (memperbarui *delivery channel*), dan IO4 (memperbarui hubungan eksternal perusahaan) merupakan indikator prioritas tertinggi untuk setiap faktor inovasi. Dengan keempat informasi ini diharapkan dapat diimplementasikan pada Lembaga Keuangan Mikro. Selain keempat hal ini, terdapat beberapa informasi berupa indikator-indikator yang mungkin belum diimplementasikan secara maksimal oleh Lembaga Keuangan Mikro, sehingga bisa menjadi pedoman atau acuan bagi Lembaga Keuangan Mikro tersebut untuk meningkatkan kinerja perusahaan melalui *overview* delapan belas indikator yang telah terverifikasi sebagai indikator ideal untuk mengukur pengaruh jenis inovasi terhadap kinerja Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur.

#### **4.4.2 Implikasi Manajerial Bagi Pemerintah Pusat dan Daerah Terkait**

Penelitian ini merekomendasikan bahwa para pemerintah atau *regulator* seperti Otoritas Jasa Keuangan, Dinas Koperasi dan UKM, dan beberapa badan atau organisasi pemerintah terkait harus menciptakan lingkungan kebijakan yang kondusif bagi inovasi-inovasi Lembaga Keuangan Mikro, sehingga mereka dapat menyadari manfaat penuh dari pengadopsian inovasi. Tugas penting bagi pemerintah yang kedua adalah membuat peraturan yang sesuai dan kerangka kerja pengawawan Lembaga Keuangan Mikro untuk melindungi para penabung. Seperti yang disarankan oleh Fitzgerald, F.L., et al (2000). Gomez, et al (2000), dan Llanto (2000) yaitu penghapusan peraturan yang menghambat berfungsinya pasar keuangan mikro seperti persyaratan agunan, sehingga dapat membuka jalan bagi Lembaga Keuangan Mikro untuk menyediakan produk dan layanan yang inovatif bagi masyarakat berpenghasilan rendah.

Dari hasil penelitian didapatkan bahwa inovasi organisasi berperan penting dalam kinerja Lembaga Keuangan Mikro. Pemerintah harus memberikan dukungan pada inovasi organisasi Lembaga Keuangan Mikro, di sisi lain inovasi produk, proses dan pemasaran dapat dikelola oleh Lembaga Keuangan Mikro secara mandiri. Zeller (2001) dan Zeller & Sharma (1998) menyarankan adanya dukungan pemerintah dalam eksperimen dan pengembangan kelembagaan atau organisasi pada Lembaga Keuangan Mikro. Inovasi organisasi yang berhasil tidak dihasilkan oleh kekuatan pasar tetapi melalui ketergantungan yang besar terhadap dukungan dari pemerintah. Wujud dukungan tersebut dapat melalui dengan mengadakan pelatihan bagi *stakeholder* Lembaga Keuangan Mikro, lebih mempermudah proses administrasi untuk mendapatkan hak legalitas Lembaga Keuangan Mikro, mengawasi dan menyidak secara tegas bagi Lembaga Keuangan Mikro yang belum memiliki sertifikat legal.

Selain itu pemerintah juga dapat mengadakan kegiatan penghargaan tahunan bagi Lembaga Keuangan Mikro yang melakukan kegiatan inovasi yang terbaik, seperti yang dilakukan pada perbankan konvensional. Pemerintah juga dapat membantu dalam memasarkan Lembaga Keuangan Mikro dan produknya ke seluruh masyarakat terutama masyarakat di pedesaan atau pinggiran, melalui media sosial, spanduk dan brosur, dan kampanye berupa kegiatan sosialisasi terkait

fungsi dan manfaat Lembaga Keuangan Mikro. Melalui kepatuhan terhadap peraturan dan kebijakan, Lembaga Keuangan Mikro akan merealisasikan profitabilitas sebagai hasil dari inovasi produk, proses, pemasaran, dan organisasi.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian, saran untuk penelitian selanjutnya, dan rekomendasi untuk Pemerintah Pusat dan Daerah atau Kota yang menanungi atau berkaitan dengan Lembaga Keuangan Mikro berdasarkan hasil penelitian ini.

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka yang didapatkan beberapa simpulan sebagai berikut.

1. Kapabilitas inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keempat jenis inovasi yaitu inovasi produk, proses, pemasaran, dan organisasi. Penelitian ini mendukung bahwa Lembaga Keuangan Mikro dengan tingkat kapabilitas inovasi yang lebih tinggi memiliki pengaruh positif dan kuat terhadap keberhasilan inovasi.
2. Penelitian ini menemukan bahwa jenis inovasi yaitu inovasi produk, proses, pemasaran, dan organisasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Lembaga Keuangan Mikro. Meskipun keempat jenis inovasi memiliki pengaruh terhadap kinerja LKM, namun hanya tiga jenis inovasi yang paling sering diterapkan yaitu inovasi produk, pemasaran, dan organisasi, maka dari itu perlu ditingkatkan terkait inovasi proses pada LKM.
3. Berdasarkan penelitian ini menemukan bahwa inovasi organisasi dan inovasi pemasaran yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa Lembaga Keuangan Mikro harus meningkatkan kualitas organisasi atau memperbaiki sistem kelembagaan dan fokus pada kegiatan-kegiatan pemasaran.
4. Penelitian ini merekomendasikan bahwa para pemerintah terkait harus menciptakan lingkungan kebijakan yang kondusif bagi inovasi-inovasi Lembaga Keuangan Mikro.
5. Lembaga Keuangan Mikro di Indonesia diharapkan dapat terus mengembangkan produknya atau lebih banyak menawarkan variasi produk seperti krdit kelompok dan deposito.

6. Dari hasil analisis *crossstabulation*, diketahui bahwa lama berdirinya Lembaga Keuangan Mikro dan omzet rata-rata per tahun berbanding lurus dengan lama penerapan inovasi.

## **5.2 Saran**

Penelitian ini memberikan dua kategori saran yaitu saran untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya terhadap keterbatasan penelitian ini.

### **5.2.1 Saran Untuk Perusahaan**

Penelitian ini memiliki saran bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan kapabilitas inovasi perusahaan, menerapkan inovasi pada setiap proses bisnisnya, dan selalu memperbarui dan mengikuti perkembangan teknologi dan informasi. Penerapan inovasi tidak harus hal yang selalu besar dan baru, setidaknya perusahaan dapat memperbarui proses bisnisnya dan mengaplikasikan teknologi dan informasi yang sederhana. Terlebih lagi inovasi dinilai sebagai kunci utama atau memiliki peran penting untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

### **5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya**

Sama halnya dengan penelitian empiris lainnya, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat dijadikan saran untuk mengembangkan penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Pada penelitian ini, variabel kapabilitas inovasi diukur sebagai satu dimensi saja. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan konsep multi dimensi untuk mengukur kapabilitas inovasi seperti orientasi pelanggan, orientasi pasar, dan orientasi teknologi.
2. Penelitian ini terbatas pada kategori dan jumlah responden yang digunakan. Responden penelitian ini belum mencakup Lembaga Keuangan Mikro yang telah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Mikro, dikarenakan kesulitan dalam mendapatkan data terkait yang dapat dihubungi. Sedangkan jumlah responden yang digunakan juga terbatas, karena masih banyak Lembaga Keuangan Mikro seperti BPR dan Koperasi yang tidak transparan sehingga enggan menjadi responden penelitian ini. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan mendapatkan dukungan penuh atau kerja sama dengan Otoritas Jasa Keuangan untuk melakukan survei penelitian ini.



3. Penelitian ini terbatas pada pemilihan lokasi responden pada beberapa kota dan kabupaten di Jawa Timur yang belum dapat mencakup semua kota dan kabupaten di Jawa Timur. Untuk pengembangan penelitian selanjutnya diharapkan dapat mencakup responden di setiap kota dan kabupaten di Jawa Timur, sehingga hasil penelitian dapat lebih ideal.
4. Responden penelitian ini hanya terbatas pada Lembaga Keuangan Mikro saja. Peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya tidak terbatas pada sektor keuangan mikro, tetapi dapat dilakukan pada industri jasa keuangan lainnya seperti perbankan dan perusahaan asuransi, sehingga hasil penelitian pada industri jasa keuangan lebih komprehensif.
5. Pada nilai *Q-square* sebesar 90,1 persen yang menyatakan bahwa model struktural dalam penelitian ini memiliki relevansi prediktif yang baik, sementara masih terdapat 9,9 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar penelitian ini. Maka dari itu untuk penelitian selanjutnya dapat meneruskan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain diluar penelitian ini yang memengaruhi kinerja Lembaga Keuangan Mikro.

(Halaman sengaja dikosongkan)

## DAFTAR PUSTAKA

- Abou-Moghli, A. A., Abdallah, G. M. Al, & Mualala, A. Al. (2012). Impact of Innovation on Realizing Competitive Advantage in Banking Sector in Jordan. *American Academic & Scholarly Research Journal*, 4(5).
- Adler, P. S., & Shenbar, A. (1990). Adapting Your Technological Base: The Organizational Challenge. *Sloan Management Review*, 25, 25–37.
- Agarwal, S., Erramilli, M. K., & Dev, C. S. (2003). Market Orientation And Performance In Service Firms: Role Of Innovation. *Journal of Services Marketing*, 17(1), 68–82. <https://doi.org/10.1108/08876040310461282>
- Agusalim, L., Yaddarabullah, Y., & Karim, M. (2018). Analisis Perkembangan, Kinerja, dan Daya Saing Koperasi Indonesia Dalam Pembangunan Ekonomi. In *Seminar Nasional & Kongres ISEI XX Bandung* (p. 16). Bandung: ResearchGate.
- Alam, S. S., Arumugam, V., Nor, N. G. M., Kaliappan, P. A., & Fang, L. S. (2013). Relationships between Innovation Capabilities , Business Performance , Marketing Performance and Financial Performance : A Literature Review. *Business and Management Horizon*, 1(1), 59–73. <https://doi.org/10.5296/bmh.v1i1.3415>
- Asian Development Bank. (2000). *Finance for the Poor : Microfinance Development Strategy*. Philippines. Retrieved from <https://www.adb.org/documents/finance-poor-microfinance-development-strategy>
- Ayyagari, M., Beck, T., & Hoseini, M. (2013). Finance And Poverty: Evidence From India. *Centre for Economic Policy Research, Working pa(9497)*, 0–69.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. (2017). *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten/ Kota Jawa Timur Menurut Lapangan Usaha 2011-2015*. Surabaya. Retrieved from [https://jatim.bps.go.id/4dm!n/pdf\\_publicasi/Produk-Domestik-Regional-Bruto-Kabupaten-Kota-Menurut-Lapangan-Usaha-2011---2015--.pdf](https://jatim.bps.go.id/4dm!n/pdf_publicasi/Produk-Domestik-Regional-Bruto-Kabupaten-Kota-Menurut-Lapangan-Usaha-2011---2015--.pdf)
- Beck, T., Demirguc-Kunt, A., & Levine, R. (2007). Finance, Inequality And The Poor. *Journal of Economic Growth*, 12(1), 27–49.

<https://doi.org/10.1007/s10887-007-9010-6>

- Buchenau, J. (2003). Innovative Products And Adaptations For Rural Finance. *US Agency for International Development-World ....* Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.505.3572&rep=rep1&type=pdf>
- Buzzell, R. D., & Gale, B. T. (1987). *The PIMS Principles: Linking Strategy to Performance*. New York: Free Press.
- Chang, Y., Linton, J., & Chen, M. (2012). Service Regime: An Empirical Analysis Of Innovation Patterns In Service Firms. *Technological Forecasting & Social Change*, 79, 1569–1582.
- Chatzoglou, P., & Chatzoudes, D. (2018). The Role Of Innovation In Building Competitive Advantages: An Empirical Investigation. *European Journal of Innovation Management*, 21(1), 44–69. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/MRR-09-2015-0216>
- Chiang, Y., & Hung, K. (2010). Exploring Open Search Strategies And Perceived Innovation Performance From The Perspective Of Inter-Organizational Knowledge Flows. *R&D Management*, 40(3), 292–299.
- Chin, W. (1998). *The Partial Least Square Approach for Structural Equation Modeling (Modern for Business Research ed)*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Cloete, E., Courtney, S., & Fintz, J. (2002). Small Businesses' Acceptance And Adoption of E-Commerce In The Western-Cape Province Of South-Africa. *Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries*, 10(4), 1–13. <https://doi.org/10.1002/j.1681-4835.2002.tb00062.x>
- Dary, S. K. (2013). Exploring Innovations in Microfinance Institutions in Northern Ghana. *Business and Economic Research*, 3(1), 19. <https://doi.org/10.5296/ber.v3i1.3602>
- Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur. (2018). OJK Regional 4 Jatim Gelar Evaluasi Kinerja BPR dan BPRS Triwulan I. Retrieved December 20, 2018, from <http://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/ojk-regional-4-jatim-gelar-evaluasi-kinerja-bpr-dan-bprs-triwulan-i>
- Direktorat Pembiayaan. (2004). *Kelembagaan dan Pola Pelayanan Keuangan*

- Mikro Untuk Sektor Pertanian (Pedoman dan Kebijakan)*. Jakarta.
- Drucker, P. F. (2006). *Drucker's Comments on Zvorikine. Technology and Culture* (Vol. 2). <https://doi.org/10.2307/3101027>
- Ernst, H. (2001). Patent Applications And Subsequent Changes Of Performance : Evidence From Time-Series Cross-Section Analyses On The Firm Level. *Research Policy*, 30, 143–157. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00098-0](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00098-0)
- Fagerberg, J., & Mowery, D. C. (2004). *The Oxford Handbook Of Innovation*. USA: Oxford University Press.
- Fahma, M. A. (2018). *Pengaruh Dukungan Pengembangan Bisnis Terhadap Absorptive Capability, Inovasi, dan Kinerja UMKM Di Jawa Timur. Skripsi Manajemen Bisnis*. Surabaya: ITS Repository. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.I26.1.78>
- Firpo, J. (2005). *Banking The Unbanked: Technology's Role In Delivering Accessible Financial Services To The Poor*. Retrieved from <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Banking+the+Unbanked:+Technology's+role+in+delivering+accessible+financial+services+to+the+poor#0>
- Fitzgerald, T., F.L., M., D.S., M., & G.C., S. (2000). *Regulatory Barriers To Innovative Lending Practices: Traditional Approaches To Bank Supervision*.
- Fitzsimons, E., Attanasio, O., Augsburg, B., de Haas, R., & Harmgart, H. (2014). The impacts of microfinance: Evidence from joint-liability lending in Mongolia. *American Economic Journal: Applied Economics*, 7(249612), 90–122. <https://doi.org/10.1257/app.20130489>
- Freeman, Christopher, & Soete, L. (1997). *The Economics Of Industrial Innovation*. (Christoper Freeman, Ed.). MIT Press.
- Geroski, P. (1995). *Innovation And Competitive Advantage. OECD Economics Department Working Papers*. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1787/344434438114>
- Ghozali, I. (2011). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gok, O., & Peker, S. (2016). Understanding The Links Among Innovation

- Performance, Market Performance and Financial Performance. *Review of Managerial Science*, 11(3), 605–631. <https://doi.org/10.1007/s11846-016-0198-8>
- Gomez, A., Tabares, G., & Vogel, R. (2000). *Regulation And Supervision Of Microfinance Activities: The Philippine Case Study*. Maryland, USA: Microenterprise Best Practices, Development Alternatives Inc.
- Guan, J., & Ma, N. (2003). Innovative Capability and Export Performance of Chinese Firms. *Technovation*, 23, 737–747. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(02\)00013-5](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(02)00013-5)
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011). Effects Of Innovation Types On Firm Performance. *International Journal of Production Economics*, 133(2), 662–676. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2011.05.014>
- Hagedoorn, J., & Cloudt, M. (2003). Measuring Innovative Performance : Is There An Advantage In Using Multiple Indicators ? *Research Policy*, 32, 1365–1379.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool In Business Research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hakim, L. (2018). Sektor UMKM Jadi Andalan Perekonomian Jatim. Retrieved December 24, 2018, from <https://ekbis.sindonews.com/read/1331120/34/sektor-umkm-jadi-andalan-perekonomian-jatim-1534492582>
- Han, J. K., Kim, N., & Srivastava, R. K. (1998). Market Orientation Performance : Organizational Is Innovation A Missing Link ? *Journal of Marketing*, 62(4), 30–45. <https://doi.org/10.2307/1252285>
- Hans, V. B. (2009). Innovations In Microfinance - Looking Beyond Income Poverty. *Ssrn*, 1–13. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1392623>
- Hogan, S. J., & Coote, L. V. (2014). Organizational Culture, Innovation, And Performance : A Test Of Schein’s Model. *Journal of Business Research*, 67(8), 1609–1621. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.09.007>
- Hult, G. T. M., Snow, C. C., & Kandemir, D. (2003). The Role Of Entrepreneurship

- In Building Cultural Competitiveness In Different Organizational Types. *Journal of Management*, 29(3), 401–426. [https://doi.org/10.1016/S0149-2063\(03\)00017-5](https://doi.org/10.1016/S0149-2063(03)00017-5)
- International Financial Corporation. (2016). *UKM yang Dimiliki Wanita Di Indonesia : Kesempatan Emas Untuk Institusi Keuangan Lokal*. Washington DC.
- Istijanto. (2009). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Johne, A., & Davies, R. (2000). Innovation In Medium-sized Insurance Companies : How Marketing Adds Value. *International Journal of Bank Marketing*, 18(1), 6–14. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/14601069910248838>
- Johne, A., & Storey, C. (1998). New Service Development : A Review Of The Literature And Annotated Bibliography. *European Journal of Marketing*, 32(3), 184–251. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/03090569810204526>
- Jumingan. (2006). *Analisis Laporan Keuangan* (Cetakan Pe). Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kalay, F., & Lynn, G. S. (2015). The Impact Of Strategic Innovation Management Practice On Firm Innovation Performance. *Research Journal of Business and Management*, 2(3), 412–429. <https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2015312989>
- Karabulut, A. T. (2015). Effects Of Innovation Types On Performance Of Manufacturing Firms In Turkey. *Social and Behavioral Sciences*, 195, 1355–1364. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.322>
- Kementrian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2017). *No Title. DepKop*. Jakarta.
- Kibugo, M. K., & Maina, K. (2016). Effect Of Financial Innovations On Performance Of Microfinance Institutions In Nakuru Town , Kenya. *IOSR Journal of Business and Management*, 18(10), 43–49. <https://doi.org/10.9790/487X-1810044349>
- Kodongo, O., & Kendi, L. G. (2013). Individual Lending Versus Group Lending: An Evaluation With Kenya's Microfinance Data. *Review of Development*

- Finance*, 3(2), 99–108. <https://doi.org/10.1016/j.rdf.2013.05.001>
- Kogut, B., & Zander, U. (1992). Knowledge of Firm, Combinative Capability And The Replication of Technology. *Organization Science*, 3, 383–397.
- Laforet, S. (2011). A Framework Of Organizational Innovation And Outcomes In SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 17(4), 380–408.
- Lawson, B., & Samson, D. (2001). Developing Innovation Capability In Organisations: A Dynamic Capabilities Approach. *International Journal of Innovation Management*, 5(3), 377–400.
- Lehner, M. (2009). *Group Lending Versus Individual Lending In Microfinance*. Germany. Retrieved from <http://microfinancegateway.org/content/article/detail/53927>
- Lestari, S. H. (2018). Saat Fintech Naik Daun Kinerja BPR di Jatim Mengkhawatirkan. Retrieved May 7, 2019, from <http://surabaya.tribunnews.com/2018/12/12/saat-fintech-naik-daun-kinerja-bpr-di-jatim-mengkhawatirkan?page=2>
- Li, L. X. (2000). An Analysis Of Sources Of Competitiveness And Performance Of Chinese Manufacturers. *International Journal of Operations & Production Management*, 20(3), 299–315.
- Lilly, J., & Jurna, D. (2014). Influence of Strategic Innovation on Performance of Commercial Banks in Kenya: The Case of Kenya Commercial Bank in Nairobi Country. *European Journal of Business Management*, 2(1), 1–19.
- Lin, C., & Chen, M. Y. C. (2007). Does Innovation Lead To Performance? An Empirical Study Of SMEs In Taiwan. *Management Research News*, 30(2), 115–132.
- Llanto, G. M. (2000). *Risk-Based Supervision Of Banks Involved In Microfinance*. Policy Notes. Makati City: Philippine Institute for Development Studies.
- Mabrouk, A., & Mamoghli, C. (2010). Dynamic of Financial Innovation and Performance of Banking Firms: Context of An Emerging Banking Industry. *Journal of Finance and Economics*, 51, 17–37.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation* (6th editio). United State of America: Prentice Hall Inc.



- Malhotra, N. K. (2011). *Basic Marketing Research* (4th editio). United State of America: Prentice Hall Inc.
- Margono, S. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Markowski, & George, W. R. (2002). *Financial Services To Large And How Income Earners* (First Edit). Netherland: McGraw-Hill Publication Limited.
- Mathenge, J. (2013). *Effect Of Innovation On Competitive Advantage Of Telecommunication Companies In Kenya*. University of Nairobi.
- McCarty, M. Y. (2007). *Marketing For Microfinance*. (S. Murray, Ed.). Nigeria: A Women's World Banking Publication.
- Mersland, R., & Strom, R. O. (2010). *The Past and Future of Innovations in Microfinance*. (D. Cumming, Ed.). England: The Oxford Handbook of Entrepreneurial Finance.  
<https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780195391244.013.0028>
- Metcalf, J. S. (1998). *Evolutionary Economics And Creative Destruction*. Routledge, London.
- Mix, M. (2005). Microfinance And Its Activities. *Jurblin Publication*, 50–88.
- Mulyono, F. (2008). Inovasi: Sebuah Pengantar. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 1–19.
- Mytelka, L. K. (2010). Local System Of Innovation In A Globalized World Economy. *Industry and Innovation*, (February 2013), 37–41.  
<https://doi.org/10.1080/13662716.2016.1216396>
- Nugroho, Y., & Miles, I. (2009). Microfinance Amd Innovation. *Global Review of Innovation Intelligence and Policy Studies*, (February).
- Odhiambo, G. O. (2008). *Innovation Strategies At Standard Chartered Bank*. University of Nairobi.
- OECD. (2005). *Guidelines For Collecting And Interpreting Innovation Data* (Third Edit). Paris.
- Office of The Chief Economist EBRP. (2012). *Group Lending or Individual Lending? Evidence from Mongolia*.
- Oh, C., Cho, Y., & Kim, W. (2014). The Effect Of A Firm's Strategic Innovation Decisions On Its Market Performance. *Technology Analysis & Strategic Management*, 27(1), 37–41. <https://doi.org/10.1080/09537325.2014.945413>

- Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia. (2015). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 62/POJK.05/2015 Tentang Perubahan Atas Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 13/POJK.05/2014 Tentang Penyelenggaraan Usaha Lembaga Keuangan Mikro*. Indonesia.
- Parmin. (2017). Jatim Penggerak Koperasi Terbaik Nasional: Pakde Karwo Raih Penghargaan dari Menkop dan UKM. Retrieved December 25, 2018, from <http://surabaya.tribunnews.com/2017/03/23/jatim-penggerak-koperasi-terbaik-nasional-pakde-karwo-raih-penghargaan-dari-menkop-dan-ukm>
- Pemerintah Republik Indonesia. (2013). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro*. Retrieved from [http://perpustakaan.bappenas.go.id/lontar/file?file=digital/122427-%5B\\_Konten\\_%5D-UU\\_NO\\_1\\_2013.pdf](http://perpustakaan.bappenas.go.id/lontar/file?file=digital/122427-%5B_Konten_%5D-UU_NO_1_2013.pdf)
- Prayogo, H. S. (2017). Inilah Peraih Best BPR Award 2017. Retrieved December 24, 2018, from <https://www.wartaekonomi.co.id/read139376/inilah-peraih-best-bpr-award-2017.html>
- Priyatno, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Ani Offset.
- Rahmany, E. (2006). Inovasi: Solusi Meningkatkan Kinerja Organisasi. *Jurnal Utilitas*, 14(2).
- Rajalahti, R., Janssen, W., & Pehu, E. (2008). Agricultural Innovation Systems : From Diagnostics toward Operational Practices Systems. *Agriculture and Rural Development*, (38), 87. Retrieved from <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Agricultural+Innovation+Systems:+From+Diagnostics+toward+Operational+Practices+Systems#0>
- Rajapathirana, R. P. J., & Hui, Y. (2017). Relationship Between Innovation Capability, Innovation Type, And Firm Performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 3(1), 44–55. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002>
- Reed, R., & Storrud-barnes, S. (2012). How Open Innovation Affects The Drivers of Competitive Advantage: Trading The Benefits of IP Creation And Ownership For Free Invention. *Management Decision*, 50(1), 58–73. <https://doi.org/10.1108/00251741211194877>

- Reichheld, F. F., Markey, R. G., & Hopton, C. (2000). E-customer Loyalty - Applying The Traditional Rules Of Business For Online Success. *European Business Journal*, 12(4), 173–179.
- Ringle, C. M., Sinkovics, R. R., & Henseler, J. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. *Advances in International Marketing*, 20(2009), 277–319.
- Rosli, M. M., & Sidek, S. (2013). The Impact Of Innovation On The Performance of Small And Medium Manufacturing Enterprises : Evidence from Malaysia. *Journal of Innovation Management in Small & Medium Enterprise*, 2013, 16. <https://doi.org/10.5171/2013.885666>
- Rubera, G., & Kirca, A. H. (2012). Firm Innovativeness and Its Performance Outcomes: A Meta-Analytic Review And Theoretical Integration. *Journal of Marketing*, 76(3), 130–147. <https://doi.org/https://doi.org/10.1509/jm.10.0494>
- Sarwono, J. (2009). *Statistik Itu Mudah: Panduan Lengkap Untuk Belajar Komputasi Statistik Menggunakan SPSS 16*. Yogyakarta: ANDI.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profit, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Cambridge: Harvard University Press.
- Sen, F. K., & Egelhoff, W. G. (2000). Innovative Capabilities of a Firm and the Use of Technical Technical Alliances. *Transactions On Engineering Management*, 47(2), 174–183. <https://doi.org/https://doi.org/10.1109/17.846785>
- Silva, M., Leitao, J., & Raposo, M. (2007). Barriers To Innovation Faced By Manufacturing Firms In Portugal: How To Overcome It? *MPRA*, (5408), 13.
- Slater, S. F., Hult, G. T. M., & Olson, E. M. (2010). Factors Influencing The Relative Importance Of Marketing Strategy Creativity And Marketing Strategy Implementation Effectiveness. *Industrial Marketing Management*, 39(4), 551–559.
- Soleh, M. (2008). *Analisis Strategi Inovasi dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus : UKM Manufaktur di Kota Semarang)*. Universitas Diponegoro.
- Steel, W. F., & Andah, D. O. (2003). Rural and Micro Finance Regulation In

- Ghana : Implications For Development And Performance Of The Industry. *World Bank - Africa Region Working Paper Series*, (49), 1–55. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2349927>
- Stock, R. M., & Reiferscheid, I. (2014). Who Should Be In Power To Encourage Product Program Innovativeness , R&D Or Marketing? *Journal of the Academic Marketing Science*, 42, 264–276. <https://doi.org/10.1007/s11747-013-0354-5>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sumertajaya, I. G. N. M. J. I. M. (2008). Permodelan Persamaan Struktural Dengan Partial Least Square. In *Seminar Nasional Matematika Dan Pendidikan Matematika* (pp. 118–132).
- Sutrisno, E. (2009). *Manajemn Sumber Daya Manusia* (Edisi Pert). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Tenenhaus, M., Amato, S., & Vinzi, V. E. (2004). *A Global Goodness-of-Fit Index For PLS Structural Equation Modelling*. Padova: Papers CLEUP.
- Terberger, E. (2003). Microfinance Institutions In The Development Of Financial Markets. *CEPAL Review*, 81, 187–202.
- The Microcredit Summit. (1997). *The Microcredit Summit Report*.
- Usman, S., Suharyo, W. I., Soelaksono, B., Toyamah, N., Mawardi, M. S., & Akhmadi. (2004). Keuangan Mikro Untuk Masyarakat Miskin: Pengalaman Nusa Tenggara Timur. *SMERU Laporan Lapangan*, 94.
- Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement Of Business Performance In Strategy Research: A Comparison Of Approaches Massachusetts Institute Of Technology. *Academy of Management Review*, 11(4), 801–814.
- Wang, E. T. G., & Wei, H.-L. (2005). The Importance Of Market Orientation, Learning Orientation, And Quality Orientation Capabilities In TQM: An Example From Taiwanese Software Industry. *Total Quality Management & Business Excellence*, 16(10), 1161–1177.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/14783360500236270>

- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Yam, R., Lo, W., Tang, E., & Lau, A. (2011). Analysis Of Sources Of Innovation, Technological Innovation Capabilities, And Performance: An Empirical Study Of Hong Kong Manufacturing Industries. *Research Policy*, 40, 391–402.
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2011). *Partial Least Square Path Modelling (Vol.4)* (4th ed.). Jakarta: Salemba Infotek.
- Yudistira, G. (2018). Ini Saran Perbarido Agar BPR Bisa Tetap Kompetitif. Retrieved December 25, 2018, from <https://keuangan.kontan.co.id/news/ini-saran-perbarido-agar-bpr-bisa-tetap-kompetitif>
- Zeller, M. (2001). Institutional Innovation In Microfinance, Replicating Best Practices is Not Enough. *Development and Cooperation*, 1, 8–11.
- Zeller, M., & Sharma, M. (1998). *Rural Finance And Poverty Alleviation*. Washington DC: International Food Policy Research Institute.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Data Unit Survei

Kota/ Kabupaten	Lembaga Keuangan Mikro
Surabaya	1. PT BPR Danamas
	2. PT BPR Bintang Mitra
	3. PT BPR Central Niaga
	4. PT BPR Pandaan Arta Jaya
	5. PT BPR Guna Yatra
	6. PT BPR Danamitra Surya
	7. PT BPR Karya Perdana Sejahtera
	8. PT BPR Sinardana Buana
	9. Koperasi Sejahtera Bersama
	10. Koperasi Simpan Pinjam Buana Makmur
	11. KSP Bangun Jaya Mandiri
	12. KSP Hasil Jaya Sentosa
Mojokerto	13. PT BPR Arta Swasembada
	14. PT BPR Puriseger Sentosa
	15. PT BPR Kridadhan Citranusa
	16. KSP Pratama Surya Makmur
	17. Koperasi Artha Guna Abadi
Malang	18. PT BPR Kawan
	19. PT BPR Dhana Lestari
	20. PT BPR Sumber Arto Malang
	21. PT BPR Dhana Lestari
	22. KSP Citra Abadi
	23. KSP Tunas Artha Mandiri
Kediri	24. Koperasi Simpan Pinjam Buana Agung
	25. PT BPR Tulus Puji Rejeki
	26. PT BPR Syariah Artha Pamenang Kediri
	27. PT BPR Surya Artha Guna Mandiri
	28. PT BPR Prima Dadi Arta
	29. KSP Surya Mandiri
	30. KSP Mitra Artha Sejahtera
Ponorogo	31. PT BPR Aswaja
	32. PT BPR Dharma Raga
	33. Koperasi Mitra Usaha Sejahtera
	34. Koperasi Serba Usaha Mekar Jaya
Jombang	35. PT BPR Wijaya Prima
	36. PT BPR Nusumma Jatim
	37. Koperasi Simpan Pinjam Wahana Masyarakat
	38. Koperasi Serba Usaha Bina Usaha Mandiri
	39. Koperasi Simpan Pinjam Artha Prima
Jember	40. PT BPR Jember Lestari
	41. PT BPR Balung Artha Guna
	42. PT BPR Jember Lestari
	43. KSP Arta Wijaya Kusuma
	44. Koperasi Margo Mulyo Jember
	45. Koperasi Wiradama
Probolinggo	46. KSP Arta Wijaya Kusuma
	47. PT BPR Primaku cabang Probolinggo
	48. PT BPR Sentral Arta Jaya
	49. PT BPR Antar Parama
	50. Koperasi Simpan Pinjam Sumber Jaya

## Lampiran 2 Kuesioner *Online*

# Hubungan Antara Innovation Capability, Jenis Inovasi, dan Kinerja Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur

Dengan Hormat,

Dengan hormat, saya Artista Bestari Putri, mahasiswa Departemen Manajemen Bisnis, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, sedang melaksanakan penelitian skripsi yang berjudul "Hubungan Innovation Capability, Jenis Inovasi, dan Kinerja Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur". Penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan antara innovation capability, jenis inovasi antara lain inovasi produk, proses, pemasaran, dan organisasi, dan kinerja Lembaga Keuangan Mikro, untuk dapat memberikan rekomendasi kepada Lembaga Keuangan Mikro dalam meningkatkan kinerja perusahaan dan daya saing, serta memberikan referensi bagi pemerintah dalam membuat kebijakan.

Saya mohon waktu dan kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini. Semua informasi yang dalam penelitian ini akan dijaga kerahasiaannya dan akan digunakan untuk keperluan penelitian saja, serta akan disajikan dalam bentuk agregat. Apabila terdapat pertanyaan dapat menghubungi saya melalui email [artistadr13@gmail.com](mailto:artistadr13@gmail.com) atau nomor telepon 082 242 031 013.

Keberhasilan penelitian skripsi saya sangat bergantung pada bantuan Bapak/Ibu. Saya mengucapkan terima kasih atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu.

Hormat Saya  
Artista Bestari Putri  
0911154000004

NEXT

Page 1 of 9

Never submit passwords through Google Forms.



# Hubungan Antara Innovation Capability, Jenis Inovasi, dan Kinerja Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur

\* Required

## Profil Responden

Petunjuk: Isilah jawaban yang sesuai dengan kondisi Anda sekarang

Nama \*

Your answer

Jabatan Saat Ini \*

- Komisaris
- Direktur
- Manajer
- Kepala Bagian
- Kepala Sub Bagian
- Other: \_\_\_\_\_

**Pendidikan Tertinggi \***

- Pascasarjana
- Sarjana
- Diploma
- SMA/SLTA/SMK
- Other:

**Tahun Mulai Bekerja di Perusahaan \***

Your answer \_\_\_\_\_

**Tahun Menjabat Posisi Diatas \***

Your answer \_\_\_\_\_

**Nomor Telepon/ Handphone \***

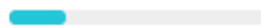
Your answer \_\_\_\_\_

**Alamat E-mail \***

Your answer \_\_\_\_\_

BACK

NEXT



Page 2 of 9

# Hubungan Antara Innovation Capability, Jenis Inovasi, dan Kinerja Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur

\* Required

## Profil Lembaga/ Unit Keuangan Mikro (LKM)

Petunjuk: Isilah jawaban yang sesuai dengan kondisi perusahaan Anda sekarang

### Kategori Lembaga/ Unit Keuangan Mikro \*

- Lembaga Keuangan Mikro (LKM)
- Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS)
- Koperasi
- Bank Perkreditan Rakyat (BPR)
- Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS)

### Nama Perusahaan \*

Your answer

### Alamat Perusahaan \*

Your answer

---

**Tahun Berdiri Perusahaan \***

Your answer \_\_\_\_\_

**Kepemilikan Usaha \***

- Pemerintah
- Swasta

**Rata-rata Omzet per Tahun \***

- < Rp 500 juta
- Rp 500 juta - Rp 699 juta
- Rp 700 juta - Rp 899 juta
- > Rp 900 juta

**Produk (jasa) Perusahaan \***

- Kredit/ Pinjaman Individu
- Kredit/ Pinjaman Kelompok
- Tabungan
- Deposito
- Asuransi

### Pekerjaan Nasabah \*

- Pegawai Pemerintah
- Pegawai Non Pemerintah
- Pelaku Usaha atau Pengusaha
- Rumah Tangga

### Sektor Usaha Nasabah \*

\*nasabah pelaku usaha

- Perdagangan
- Industri Pengolahan
- Pertanian
- Perkebunan
- Peternakan
- Perikanan
- Jasa
- Other: \_\_\_\_\_

BACK

NEXT

Page 3 of 9

# Hubungan Antara Innovation Capability, Jenis Inovasi, dan Kinerja Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur

\* Required

## Tata Kelola Usaha

Petunjuk: Isilah jawaban yang sesuai dengan kondisi perusahaan Anda sekarang

Apakah manajer perusahaan Anda menerima gaji/ upah yang tetap (fixed salary) setiap bulannya selama tiga tahun terakhir? \*

- Ya
- Tidak

Berapa jumlah karyawan perusahaan saat ini? \*

- < 10 orang
- 10 - 20 orang
- 21 - 30 orang
- 31 - 40 orang
- 41 - 50 orang
- > 50 orang

Apakah perusahaan Anda memiliki auditor direksi internal yang mengaudit kinerja perusahaan? \*

- Ya
- Tidak

Apakah laporan keuangan perusahaan telah di audit oleh pihak eksternal yang berwenang? \*

- Ya
- Tidak

Berapa jumlah kantor cabang unit perusahaan Anda hingga saat ini? \*

Your answer

BACK

NEXT



Page 4 of 9

Never submit passwords through Google Forms.

## Penerapan Jenis Inovasi Pada Proses Bisnis Lembaga/ Unit Keuangan Mikro (LKM)

Inovasi adalah suatu proses pembaruan dimana perusahaan Anda menguasai dan menerapkan desain, proses, dan metode operasional yang baru atau terkini (update) bagi perusahaan Anda, tanpa memperhatikan apakah inovasi tersebut merupakan hal yang baru untuk pesaing bisnis, negara atau dunia.

Apakah perusahaan Anda telah mengimplementasikan atau mengadopsi inovasi? \*

- Ya
- Tidak

Kategori inovasi apa yang telah diimplementasikan? \*

\*dapat memilih lebih dari satu jawaban

<b>INOVASI</b>	Proses pembaruan produk/jasa menjadi lebih efisien dan efektif bagi konsumen.
<b>PRODUK/JASA</b>	Contoh: produk <i>microinsurance</i> , produk kredit dengan beberapa variasi jatuh tempo

Inovasi Produk/ Jasa

<b>INOVASI</b>	Proses pembuatan produk/jasa dan penyampaian suatu layanan kepada konsumen. Contoh: website dan call center untuk menampung pertanyaan, keluhan, & saran konsumen, pencatatan keuangan menggunakan software akuntansi, absensi dan kinerja perusahaan terintegrasi pada sistem otomatis
<b>PROSES</b>	

Inovasi Proses

<b>INOVASI</b>	Suatu metode pemasaran baru atau terkini. Contoh: melakukan promosi melalui website atau media sosial, memiliki beberapa kantor cabang.
<b>PEMASARAN</b>	

Inovasi Pemasaran

<b>INOVASI</b>	Perubahan struktur organisasi atau praktik bisnis menjadi lebih efisien.
<b>INSTITUSIONAL</b>	Contoh: memiliki ijin usaha, memiliki panduan tata tertib kerja

Inovasi Institusional/ Organisasi



Sudah berapa tahun perusahaan melakukan inovasi-inovasi tersebut? \*

- 1-5 Tahun
- 5-10 Tahun
- 11-15 Tahun
- >15 Tahun

Darimanakah sumber inovasi yang telah diterapkan perusahaan Anda? \*

\*dapat memilih lebih dari satu jawaban

- Kejadian tak terduga (contoh keberhasilan perusahaan dalam mendapatkan penghargaan)
- Perubahan struktur pasar dan industri contoh: kemajuan teknologi, pertumbuhan sektor industri)
- Menjawab kebutuhan (contoh: perlunya asuransi usaha/ jiwa sehingga munculnya produk microinsurance)
- Ketidaksiesuaian antara ekspektasi dan realita (contoh salah satu target perusahaan tidak tercapai)
- Perubahan demografi (contoh: meningkatkan jumlah pelaku usaha kecil dan menengah sehingga memberikan peluang peningkatkan jumlah kredit)
- Perubahan persepsi (contoh: makin kuatnya persepsi masyarakat pentingnya suatu asuransi sehingga terdapat peluang peningkatkan penjualan produk microinsurance)
- Adanya pengetahuan baru (contoh: munculnya pengetahuan tentang metode proporsi/ portofolio pinjaman yang efisien)

BACK

NEXT

Page 5 of 9

# Hubungan Antara Innovation Capability, Jenis Inovasi, dan Kinerja Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur

\* Required

## Penilaian Jenis Inovasi

Petunjuk pengisian

Anda akan diberikan sejumlah pertanyaan terkait jenis inovasi yang telah diimplementasikan pada perusahaan selama TIGA TAHUN TERAKHIR. Pilihlah skala nilai yang tersedia dan sesuai dengan kondisi perusahaan Anda saat ini.

Keterangan:

- (1) Sangat Tidak Setuju (STS)
- (2) Tidak Setuju (TS)
- (3) Netral (N)
- (4) Setuju (S)
- (5) Sangat Setuju (SS)

## Innovation Capability \*

Kemampuan untuk mengidentifikasi dan memahami kebutuhan pelanggan pada masa mendatang, harapan pelanggan, dan potensial pelanggan berdasarkan pengetahuan internal dan eksternal organisasi, sehingga dapat menciptakan inovasi dan keberhasilan inovasi tersebut

	STS	TS	N	S	SS
Perusahaan saya memiliki budaya organisasi yang efektif dan efisien untuk sustainability atau keberlanjutan perusahaan. (Budaya organisasi adalah pedoman bagi seluruh pegawai untuk menghadapi permasalahan internal dan eksternal yang pelaksanaannya secara konsisten)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perusahaan saya menggunakan pengetahuan teknologi dan non teknologi dari banyak sumber. (Contoh: sumber penggunaan dan pemilihan software akuntansi dari pengalaman perusahaan lain, dari referensi buku akuntansi, dll)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seluruh stakeholder internal (pegawai) dan eksternal (konsumen dan mitra kerja) memiliki peran atau keterlibatan dalam keberhasilan perusahaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Inovasi Produk \*

Inovasi produk/ jasa adalah proses pembaruan produk/ jasa lebih efisien dan efektif bagi konsumen. Contoh: menawarkan produk microinsurance, menawarkan kriteria kredit dengan variasi jatuh tempo

	STS	TS	N	S	SS
Perusahaan saya menciptakan atau mengenakan produk baru	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perusahaan saya menawarkan produk dan pelayanan yang memiliki kualitas unggul	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perusahaan saya memperbarui produk atau menambah fitur produk yang telah ada guna meningkatkan kemudahan pengguna dan kepuasan pelanggan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Setiap produk perusahaan saya memiliki technical specification atau dokumentasi produk*. *)Technical specification adalah seperangkat persyaratan atau detail produk sehingga dapat berfungsi sebagaimana semestinya	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Inovasi Proses \*

	STS	TS	N	S	SS
Perusahaan saya meningkatkan kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan secepat mungkin sehingga perusahaan dapat meraih hasil atau keuntungan juga lebih cepat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perusahaan saya menciptakan atau membangun platform operasional, seperti menggunakan suatu software untuk absensi secara terpusat. (contoh: penggunaan software Zahir accounting untuk proses pencatatan transaksi)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perusahaan saya memiliki sistem layanan atau service delivery yang otomatis atau terintegrasi secara online. (contoh: mobile financial system)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Terdapat suatu pedoman atau instruksi bekerja. (Contoh: ketika ada nasabah ingin mengajukan kredit terdapat tata cara dokumen apa saja yang harus disiapkan dan proses pengajuan kredit tersebut hingga disetujui oleh pemegang kuasa)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perusahaan saya telah mengurangi biaya komponen variabel pada seluruh proses operasional, mesin dan software. (Contoh: mengurangi biaya tenaga kerja dengan cara mengalihkan pada insentif non finansial atau menggunakan outsourcing)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Inovasi Pemasaran \*

	STS	TS	N	S	SS
Perusahaan saya memiliki teknik atau media promosi yang baru/ terkini. (contoh: promosi melalui web banner dan media sosial)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perusahaan saya telah memperluas target pasar atau masuk ke pasar baru. (Contoh: BPR Amini Surabaya membuka kantor cabang di Jombang, KSP Bahari bekerja sama dengan beberapa perantara keuangan di daerah pinggir atau pedesaan)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perusahaan saya memiliki media distribusi atau delivery channel yang baru atau terkini. (contoh: ATM, membuka booth/ stan di tempat tertentu)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Inovasi Organisasi \*

	STS	TS	N	S	SS
Perusahaan saya telah mengadopsi teknologi dalam praktik bisnis dan telah memiliki status legal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perusahaan saya memperbarui atau meningkatkan management knowledge system* guna semua pegawai dalam organisasi dapat saling bertukar informasi. *)sistem yang membantu perusahaan mengidentifikasi, mengorganisasikan, menyebarkan, dan mentransfer informasi)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perusahaan saya dengan tegas menjelaskan pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perusahaan saya selalu meningkatkan hubungan eksternal bagi dengan nasabah dan mitra kerjanya	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perusahaan saya memiliki struktur organisasi yang jelas, standar, dan sesuai dengan aturan yang berlaku	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

BACK

NEXT

Page 6 of 9

Never submit passwords through Google Forms.

# Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur

\* Required

## Penilaian Kinerja Perusahaan

Petunjuk pengisian

Anda akan diberikan sejumlah pertanyaan terkait kinerja perusahaan Anda selama TIGA TAHUN TERAKHIR. Pilihlah skala nilai yang tersedia dan sesuai dengan kondisi perusahaan Anda saat ini.

Keterangan:

- (1) Sangat Tidak Setuju (STS)
- (2) Tidak Setuju (TS)
- (3) Netral (N)
- (4) Setuju (S)
- (5) Sangat Setuju (SS)

### Kinerja Inovatif \*

	STS	TS	N	S	SS
Perusahaan saya memiliki kemampuan untuk menghasilkan produk dan pelayanan yang baru dengan kualitas unggul.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perusahaan saya memiliki daya saing teknologi yang lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan lainnya	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perusahaan saya memiliki kemampuan lebih dalam mengenalkan produk baru kepada nasabah dalam waktu yang tidak lama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perusahaan saya telah mengenalkan produk dan pelayanan yang baru	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



### Kinerja Pemasaran \*

	STS	TS	N	S	SS
Adanya peningkatan pada nilai pangsa pasar perusahaan selama tiga tahun terakhir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Konsumen merasa puas terhadap kinerja produk dan pelayanan perusahaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Total penjualan meningkat selama tiga tahun terakhir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Kinerja Keuangan \*

	STS	TS	N	S	SS
Perusahaan saya mengalami peningkatan profit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nilai return on asset (ROA) perusahaan mengalami kenaikan. (ROA=Penghasilan bersih/total aset)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Terjadinya kenaikan pada return on investment (ROI). (ROI=Keuntungan/modal)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Total penjualan (sales) perusahaan saya meningkatkan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

BACK

NEXT

Page 7 of 9

Never submit passwords through Google Forms.

# Hubungan Antara Innovation Capability, Jenis Inovasi, dan Kinerja Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur

## Kritik dan Saran

Mohon berikan kritik dan saran yang membangun untuk penelitian yang lebih baik

Your answer

---

BACK

NEXT

Page 8 of 9

Never submit passwords through Google Forms.

# Hubungan Antara Innovation Capability, Jenis Inovasi, dan Kinerja Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur

## Terima Kasih

Saya mengucapkan terimakasih atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner ini. Semoga kebaikan Bapak/Ibu membawa berkah.

TERIMA KASIH

Artista Bestari Putri  
[artistadr13@gmail.com](mailto:artistadr13@gmail.com)  
082 242 031 013

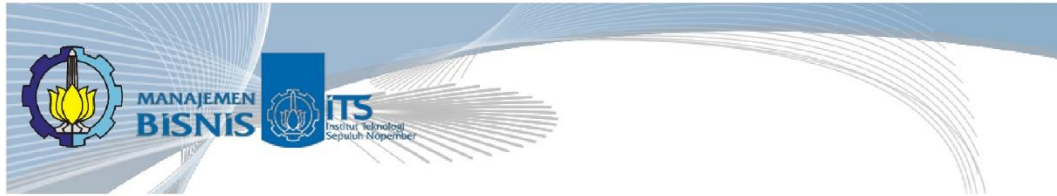
BACK

SUBMIT

Page 9 of 9

Never submit passwords through Google Forms.

### Lampiran 3 Draft Kuesioner Offline



#### HUBUNGAN ANTARA INNOVATION CAPABILITY, JENIS INOVASI, DAN KINERJA LEMBAGA KEUANGAN MIKRO DI JAWA TIMUR

Kepada Yth  
Bapak/Ibu  
Pimpinan Perusahaan  
Lembaga Keuangan Mikro

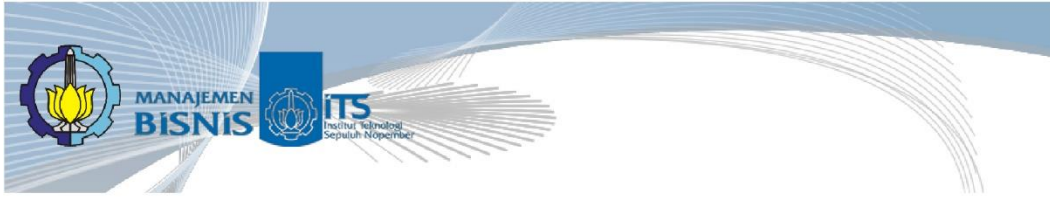
Dengan hormat, saya Artista Bestari Putri, mahasiswa Departemen Manajemen Bisnis, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, sedang melaksanakan penelitian skripsi yang berjudul “Hubungan Antara Innovation Capability, Jenis Inovasi, dan Kinerja Lembaga Keuangan Mikro di Jawa Timur”. Penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan antara innovation capability, jenis inovasi antara lain inovasi produk, proses, pemasaran, dan organisasi, dan kinerja Lembaga Keuangan Mikro, untuk dapat memberikan rekomendasi kepada Lembaga Keuangan Mikro dalam meningkatkan kinerja perusahaan dan daya saing, serta memberikan referensi bagi pemerintah dalam membuat kebijakan.

Saya mohon waktu dan kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini. Semua informasi yang dalam penelitian ini akan dijaga kerahasiaannya dan akan digunakan untuk keperluan penelitian saja, serta akan disajikan dalam bentuk agregat. Bapak/Ibu dapat mengisi kuesioner penelitian saya secara online pada [bit.ly/inovasiLKM](https://bit.ly/inovasiLKM)

Apabila terdapat pertanyaan dapat menghubungi saya melalui email [artistadr13@gmail.com](mailto:artistadr13@gmail.com) atau nomor telepon 082 242 031 013. Saya mengucapkan terima kasih atas bantuan dan andil Bapak/Ibu dalam keberhasilan penelitian saya.

Hormat saya,

Artista Bestari Putri  
0911154000004

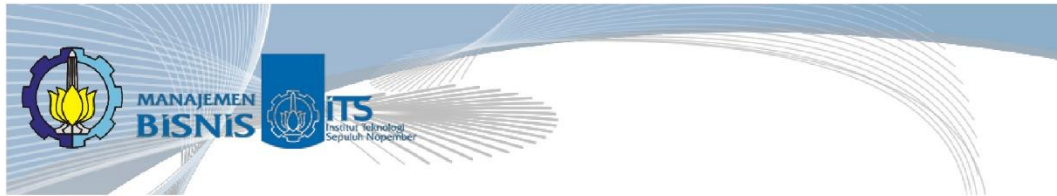


**A. Profil Responden**

Nama	
Jabatan saat ini	<input type="checkbox"/> Komisaris <input type="checkbox"/> Direktur <input type="checkbox"/> Manajer <input type="checkbox"/> Kepala Bagian <input type="checkbox"/> Kepala Sub bagian <input type="checkbox"/> Lainnya.....
Pendidikan tertinggi	<input type="checkbox"/> Pascasarjana <input type="checkbox"/> Sarjana <input type="checkbox"/> Diploma <input type="checkbox"/> SMA/ SMK <input type="checkbox"/> Lainnya .....
Tahun mulai bekerja di perusahaan	
Tahun menjabat posisi diatas	
Nomor Telepon/ Handphone	
Alamat e-mail	

**B. Profil Lembaga/ Unit Keuangan Mikro (LKM)**

Kategori Lembaga Keuangan Mikro	<input type="checkbox"/> Lembaga Keuangan Mikro (LKM) <input type="checkbox"/> Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) <input type="checkbox"/> Koperasi <input type="checkbox"/> Bank Perkreditan Rakyat (BPR) <input type="checkbox"/> Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS)
Nama Perusahaan	
Alamat	
Tahun Berdiri Perusahaan	
Kepemilikan Usaha * (dapat memilih lebih dari 1 jawaban)	<input type="checkbox"/> Pemerintah <input type="checkbox"/> Swasta

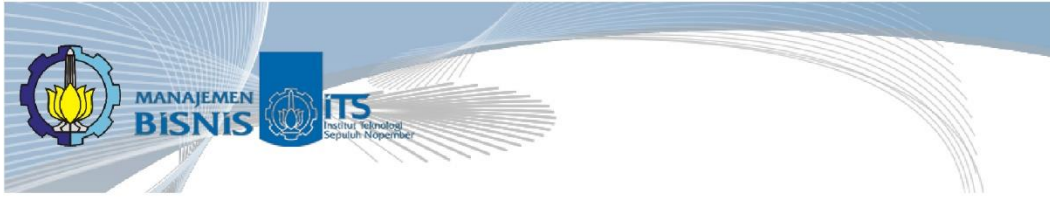


Rata-rata Omzet per Tahun	<input type="checkbox"/> <Rp 500 juta <input type="checkbox"/> Rp 500 juta – Rp 699 juta <input type="checkbox"/> Rp 700 juta – Rp 899 juta <input type="checkbox"/> >Rp 900 juta
Produk/ jasa Perusahaan* (dapat memilih lebih dari 1 jawaban)	<input type="checkbox"/> Kredit/ Pinjaman Individu <input type="checkbox"/> Kredit/ Pinjaman Kelompok <input type="checkbox"/> Tabungan <input type="checkbox"/> Deposito <input type="checkbox"/> Asuransi
Pekerjaan nasabah* (dapat memilih lebih dari 1 jawaban)	<input type="checkbox"/> Pegawai Pemerintah <input type="checkbox"/> Pegawai Non Pemerintah <input type="checkbox"/> Pelaku Usaha/ Pengusaha <input type="checkbox"/> Rumah Tangga <input type="checkbox"/> Lainnya.....
Sektor usaha nasabah* (dapat memilih lebih dari 1 jawaban)	<input type="checkbox"/> Perdagangan <input type="checkbox"/> Industri Pengolahan <input type="checkbox"/> Pertanian <input type="checkbox"/> Perkebunan <input type="checkbox"/> Peternakan <input type="checkbox"/> Perikanan <input type="checkbox"/> Jasa <input type="checkbox"/> Lainnya .....

### C. Tata Kelola Usaha

Berilah tanda centang ( X ) pada pilihan yang tersedia dan sesuai dengan kondisi perusahaan anda saat ini.

1. Apakah manajer perusahaan menerima gaji/ upah yang tetap (fixed salary) setiap bulannya selama tiga tahun terakhir?
  - a. Ya
  - b. Tidak
2. Berapa jumlah karyawan perusahaan saat ini?
  - a. <10 orang
  - d. 31 – 40 orang



- b. 10 – 20 orang                      e. 41 – 50 orang  
 c. 21 – 30 orang                      f. >50 orang
3. Apakah ada auditor direksi internal yang mengaudit kinerja perusahaan?  
 a. Ya                                      b. Tidak
4. Apakah laporan keuangan perusahaan telah di audit oleh pihak eksternal yang berwenang?  
 a. Ya                                      b. Tidak
5. Berapa jumlah kantor cabang unit perusahaan hingga saat ini? \_\_\_\_\_ kantor cabang

**D. Penerapan Jenis Inovasi Pada Proses Bisnis Lembaga/ Unit Keuangan Mikro (LKM)**

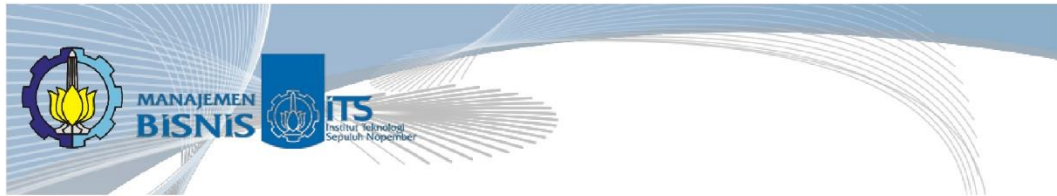
Inovasi adalah suatu proses pembaruan dimana perusahaan Anda menguasai dan menerapkan desain, proses, dan metode operasional yang baru atau terkini (update) bagi perusahaan Anda, tanpa memperhatikan apakah inovasi tersebut merupakan hal yang baru untuk pesaing bisnis, negara atau dunia.

Apakah perusahaan Anda telah mengimplementasikan atau mengadopsi inovasi?	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
Apabila ya, kategori inovasi apa yang telah diimplementasikan? * (dapat memilih lebih dari 1 jawaban)	<input type="checkbox"/> <b>Inovasi Produk/ Jasa</b> (Inovasi produk/ jasa adalah proses pembaruan produk/ jasa lebih efisien dan efektif bagi konsumen, contoh: menawarkan produk microinsurance, menawarkan kriteria kredit dengan variasi jatuh tempo)  <input type="checkbox"/> <b>Inovasi Proses</b> (Inovasi proses adalah proses pembuatan produk/jasa dan penyampaian suatu layanan kepada konsumen, contoh: website atau call center untuk menampung pertanyaan, keluhan dan saran konsumen, pencatatan keuangan menggunakan software akuntansi, absensi dan kinerja)

	<p>perusahaan terintegrasi pada suatu sistem otomatis)</p> <p><input type="checkbox"/> <b>Inovasi Pemasaran</b> (Inovasi pemasaran adalah suatu metode pemasaran baru atau terkini, contoh: melakukan promosi melalui website atau media sosial, memiliki beberapa kantor cabang)</p> <p><input type="checkbox"/> <b>Inovasi Institusional/ Organisasi</b> (Inovasi organisasi adalah perubahan struktur organisasi atau praktis bisnis menjadi lebih efisien, contoh: memiliki ijin usaha, memiliki panduan tata tertib kerja)</p>
<p>Sudah berapa tahun perusahaan melakukan inovasi-inovasi tersebut?</p>	<p><input type="checkbox"/> 1-5 Tahun</p> <p><input type="checkbox"/> 6-10 Tahun</p> <p><input type="checkbox"/> 11-15 Tahun</p> <p><input type="checkbox"/> &gt;15 Tahun</p>
<p>Hal apakah yang melopori munculnya hingga pengimplementasian inovasi tersebut? (dapat memilih lebih dari 1 jawaban)</p>	<p><b>Internal</b></p> <p><input type="checkbox"/> Kejadian tak terduga (contoh keberhasilan perusahaan dalam mendapatkan penghargaan)</p> <p><input type="checkbox"/> Perubahan struktur pasar dan industri contoh: kemajuan teknologi, pertumbuhan sektor industri)</p> <p><input type="checkbox"/> Menjawab kebutuhan (contoh: munculnya produk microinsurance)</p> <p><input type="checkbox"/> Ketidaksesuaian antara ekspektasi dan realita (contoh salah satu target perusahaan tidak tercapai)</p>

	<p><b>Eksternal</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>□ Perubahan demografi (contoh: meningkatkan jumlah pelaku usaha kecil dan menengah sehingga memberikan peluang meningkatkan jumlah kredit)</li> <li>□ Perubahan persepsi (contoh: makin kuatnya persepsi masyarakat pentingnya suatu asuransi sehingga terdapat peluang meningkatkan penjualan produk microinsurance)</li> <li>□ Adanya pengetahuan baru (contoh: munculnya pengetahuan tentang metode proporsi/ portofolio pinjaman yang efisien)</li> </ul>
--	--





**Petunjuk Pengisian**

Anda akan diberikan sejumlah pertanyaan terkait pengaruh jenis inovasi yang telah diimplementasikan pada perusahaan selama **tiga tahun terakhir** terhadap kinerja perusahaan anda. Berilah tanda centang ( ✓ ) pada pilihan skala nilai yang tersedia dan sesuai dengan kondisi perusahaan anda saat ini.

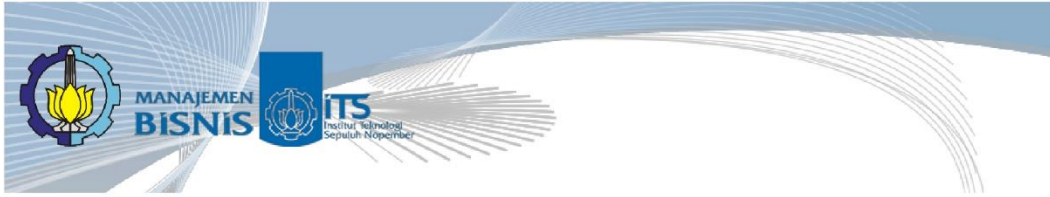
**Keterangan:**

- (1) Sangat Tidak Setuju
- (2) Tidak Setuju
- (3) Netral
- (4) Setuju
- (5) Sangat Setuju

**Innovation Capability (IC)**

Pilih skala nilai yang sesuai dengan kondisi perusahaan Anda selama tiga tahun terakhir.

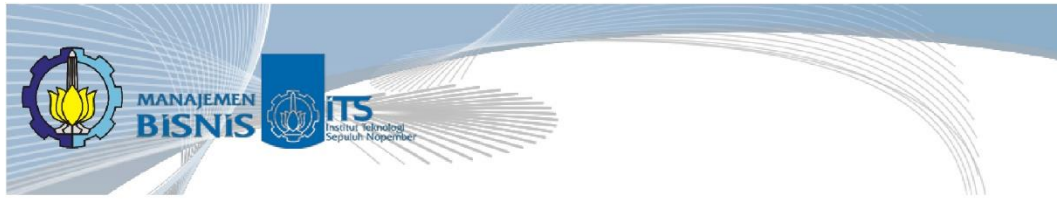
No	Pertanyaan	Nilai				
		1	2	3	4	5
1	Perusahaan saya memiliki budaya organisasi yang efektif dan efisien untuk sustainability atau keberlanjutan perusahaan (Budaya organisasi adalah pedoman bagi seluruh pegawai untuk menghadapi permasalahan internal dan eksternal yang pelaksanaannya secara konsisten)					
2	Perusahaan saya menggunakan pengetahuan teknologi dan non teknologi dari banyak sumber. (Contoh: sumber penggunaan dan pemilihan software akuntansi dari pengalaman perusahaan lain, dari referensi buku akuntansi, dll)					
3	Seluruh stakeholder internal (pegawai) dan eksternal (konsumen dan mitra kerja) memiliki peran atau keterlibatan dalam keberhasilan perusahaan					



**Inovasi Produk (IP)**

Pilih skala nilai yang sesuai dengan kondisi perusahaan Anda selama tiga tahun terakhir.

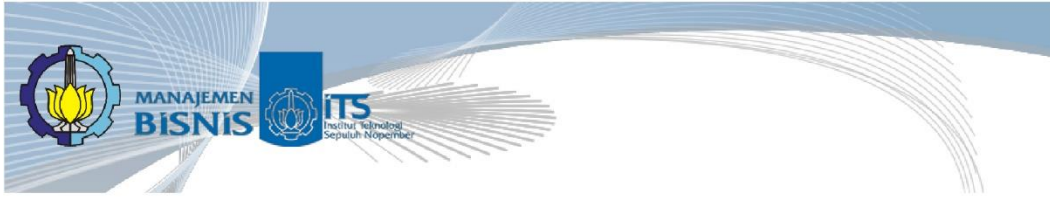
No	Pertanyaan	Nilai				
		1	2	3	4	5
1	Perusahaan saya menciptakan atau mengenalkan produk baru					
2	Perusahaan saya menawarkan produk dan pelayanan yang memiliki kualitas unggul					
3	Perusahaan saya memperbarui produk atau menambah fitur produk yang telah ada guna meningkatkan kemudahan pengguna dan kepuasan pelanggan					
4	Setiap produk perusahaan saya memiliki technical specification atau dokumentasi produk* *)Technical specification adalah seperangkat persyaratan atau detail produk sehingga dapat berfungsi sebagaimana semestinya					



**Inovasi Proses (IPS)**

Pilih skala nilai yang sesuai dengan kondisi perusahaan Anda selama tiga tahun terakhir.

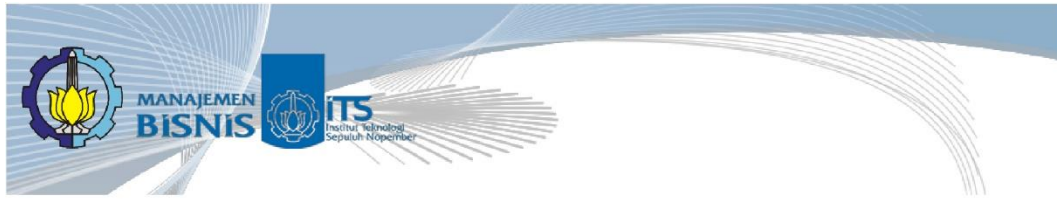
No	Pertanyaan	Nilai				
		1	2	3	4	5
1	Perusahaan saya meningkatkan kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan secepat mungkin sehingga perusahaan dapat meraih hasil atau keuntungan juga lebih cepat					
2	Perusahaan saya menciptakan atau membangun flatform operasional, seperti menggunakan suatu software untuk absensi secara terpusat. (contoh: penggunaan software Zahir accounting untuk proses pencatatan transaksi)					
3	Perusahaan saya memiliki sistem layanan atau service delivery yang otomatis atau terintegrasi secara online. (contoh: mobile financial system)					
4	Terdapat suatu pedoman atau instruksi bekerja. (Contoh: ketika ada nasabah ingin mengajukan kredit terdapat tata cara dokumen apa saja yang harus disiapkan dan proses pengajuan kredit tersebut hingga disetujui oleh pemegang kuasa)					
5	Perusahaan saya telah mengurangi biaya komponen variabel pada seluruh proses operasional, mesin dan software. (Contoh: mengurangi biaya tenaga kerja dengan cara mengalihkan pada insentif non finansial atau menggunakan outsourcing)					



**Inovasi Pemasaran (IPE)**

Pilih skala nilai yang sesuai dengan kondisi perusahaan Anda selama tiga tahun terakhir.

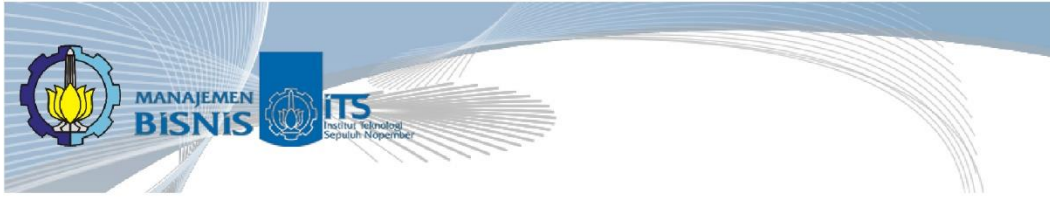
No	Pertanyaan	Nilai				
		1	2	3	4	5
1	Perusahaan saya memiliki teknik atau media promosi yang baru/ terkini. (contoh: promosi melalui web banner dan media sosial)					
2	Perusahaan saya telah memperluas target pasar atau masuk ke pasar baru (Contoh: BPR Amini Surabaya membuka kantor cabang di Jombang, KSP Bahari bekerja sama dengan beberapa perantara keuangan di daerah pinggir atau pedesaan)					
3	Perusahaan saya memiliki media distribusi atau delivery channel yang baru atau terkini. (contoh: ATM, membuka booth/ stan di tempat tertentu)					



### Inovasi Organisasi (IO)

Pilih skala nilai yang sesuai dengan kondisi perusahaan Anda selama tiga tahun terakhir.

No	Pertanyaan	Nilai				
		1	2	3	4	5
1	Perusahaan saya telah mengadopsi teknologi dalam praktik bisnis dan telah memiliki status legal					
2	Perusahaan saya memperbarui atau meningkatkan management knowledge system* guna semua pegawai dalam organisasi dapat saling bertukar informasi. *)sistem yang membantu perusahaan mengidentifikasi, mengorganisasikan, menyebarkan, dan mentransfer informasi)					
3	Perusahaan saya dengan tegas menjelaskan pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing					
4	Perusahaan saya selalu meningkatkan hubungan eksternal bagi dengan nasabah dan mitra kerjanya					
5	Perusahaan saya memiliki struktur organisasi yang jelas, standar, dan sesuai dengan aturan yang berlaku					



**Kinerja Inovatif (KI)**

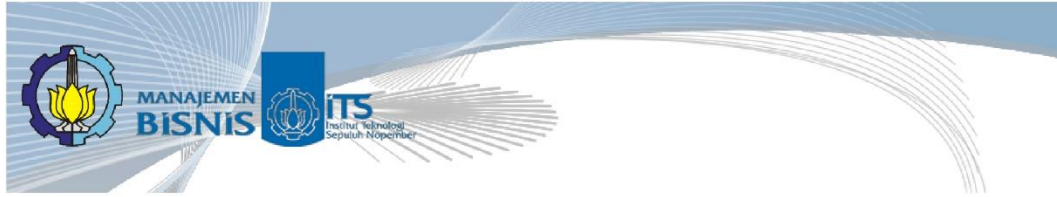
Pilih skala nilai yang sesuai dengan kondisi perusahaan Anda selama tiga tahun terakhir.

No	Pertanyaan	Nilai				
		1	2	3	4	5
1	Perusahaan saya memiliki kemampuan untuk menghasilkan produk dan pelayanan yang baru dengan kualitas unggul.					
2	Perusahaan saya memiliki daya saing teknologi yang lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan lainnya					
3	Perusahaan saya memiliki kemampuan lebih dalam mengenalkan produk baru kepada nasabah dalam waktu yang tidak lama					
4	Perusahaan saya telah mengenalkan produk dan pelayanan yang baru					

**Kinerja Pasar (KP)**

Pilih skala nilai yang sesuai dengan kondisi perusahaan Anda selama tiga tahun terakhir.

No	Pertanyaan	Nilai				
		1	2	3	4	5
1	Adanya peningkatan pada nilai pangsa pasar perusahaan selama tiga tahun terakhir					
2	Konsumen merasa puas terhadap kinerja produk dan pelayanan perusahaan					
3	Total penjualan meningkat selama tiga tahun terakhir					



**Kinerja Keuangan (KK)**

Pilih skala nilai yang sesuai dengan kondisi perusahaan Anda selama tiga tahun terakhir dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

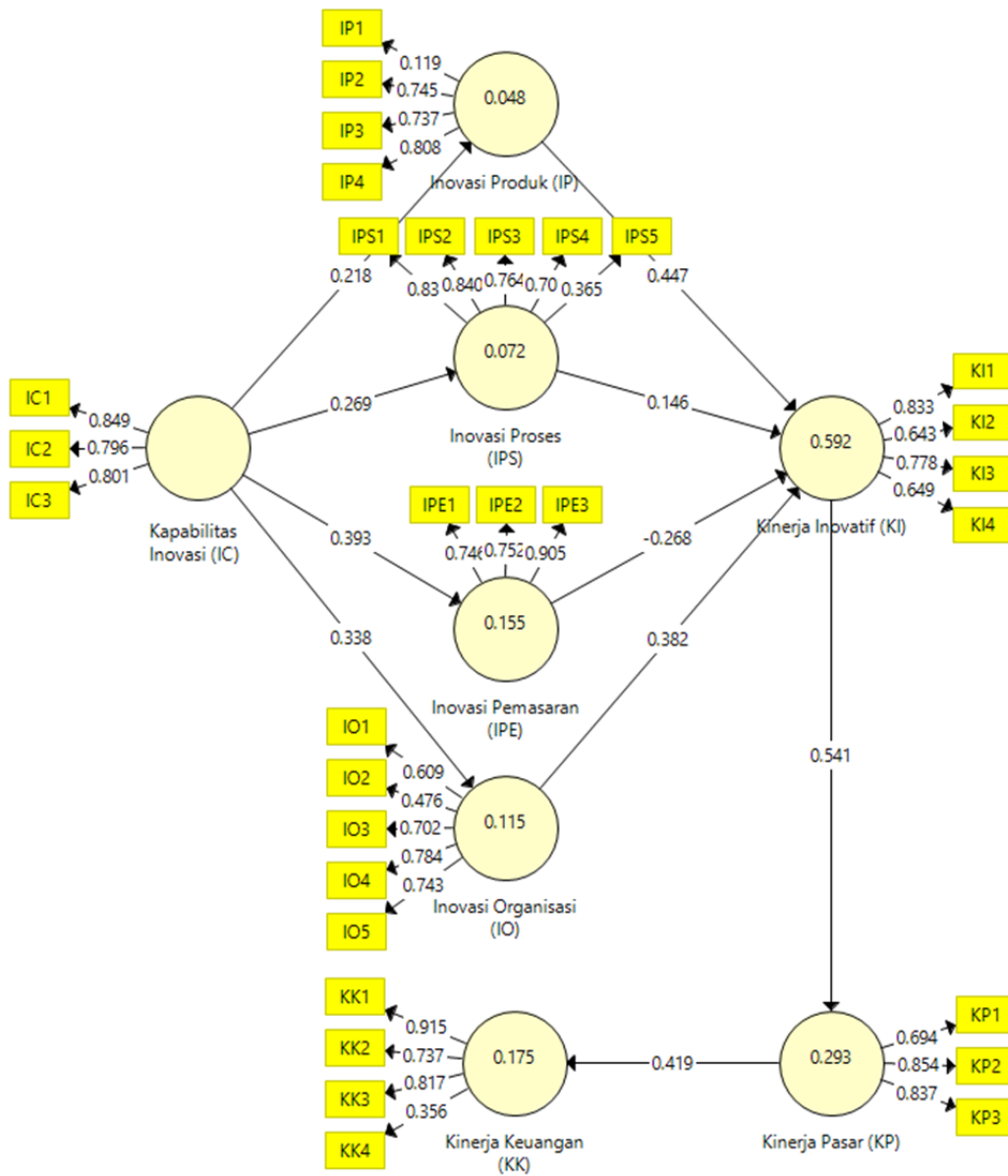
No	Pertanyaan	Nilai				
		1	2	3	4	5
1	Perusahaan saya mengalami peningkatan profit					
2	Nilai return on asset (ROA) perusahaan mengalami kenaikan <i>(ROA = Penghasilan bersih/total aset)</i>					
3	Terjadinya kenaikan return on investment (ROI) perusahaan saya <i>(ROI = Keuntungan/modal)</i>					
4	Total penjualan (sales) perusahaan saya meningkatkan					

**E. Kritik dan Saran**

Mohon berikan kritik dan saran membangun untuk penelitian yang lebih baik.

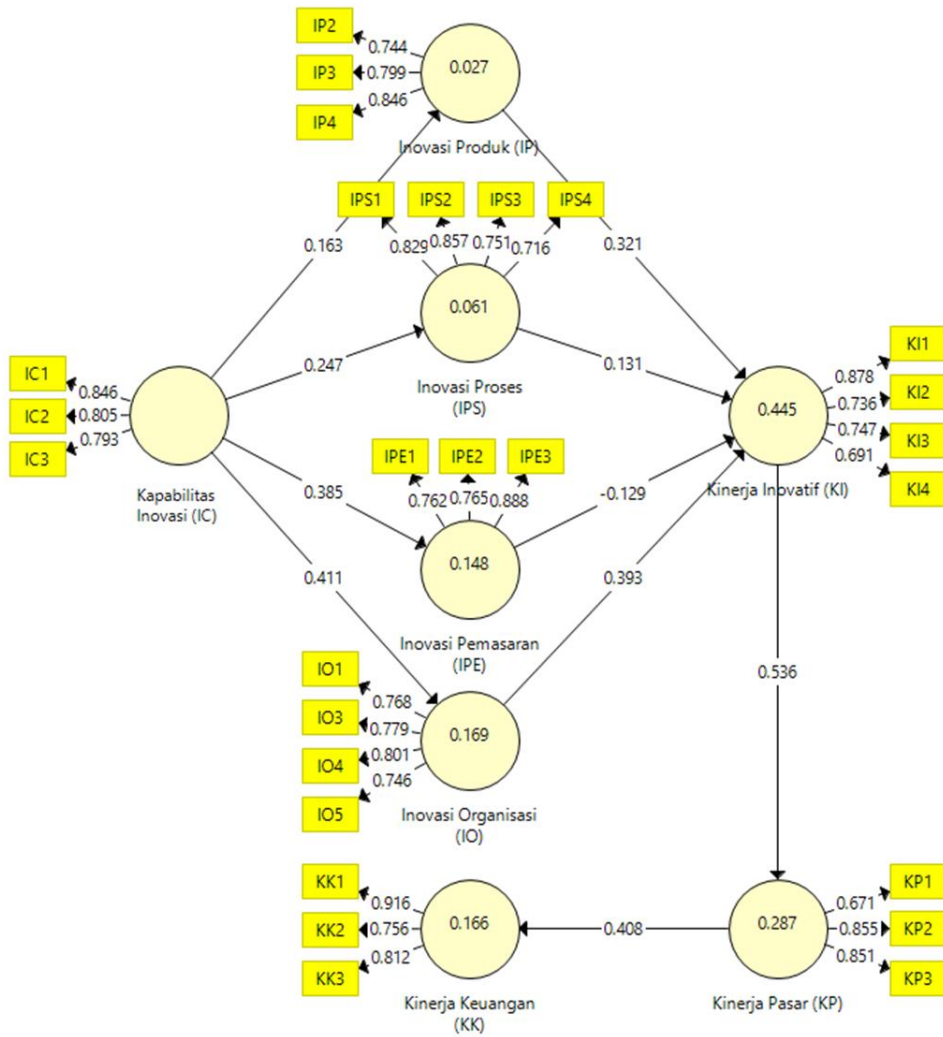
Terimakasih atas waktu dan kesediaan Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner ini. Semoga kebaikan Anda membawa berkah.

### Lampiran 4 Nilai *Loading Factor* Sebelum Reduksi

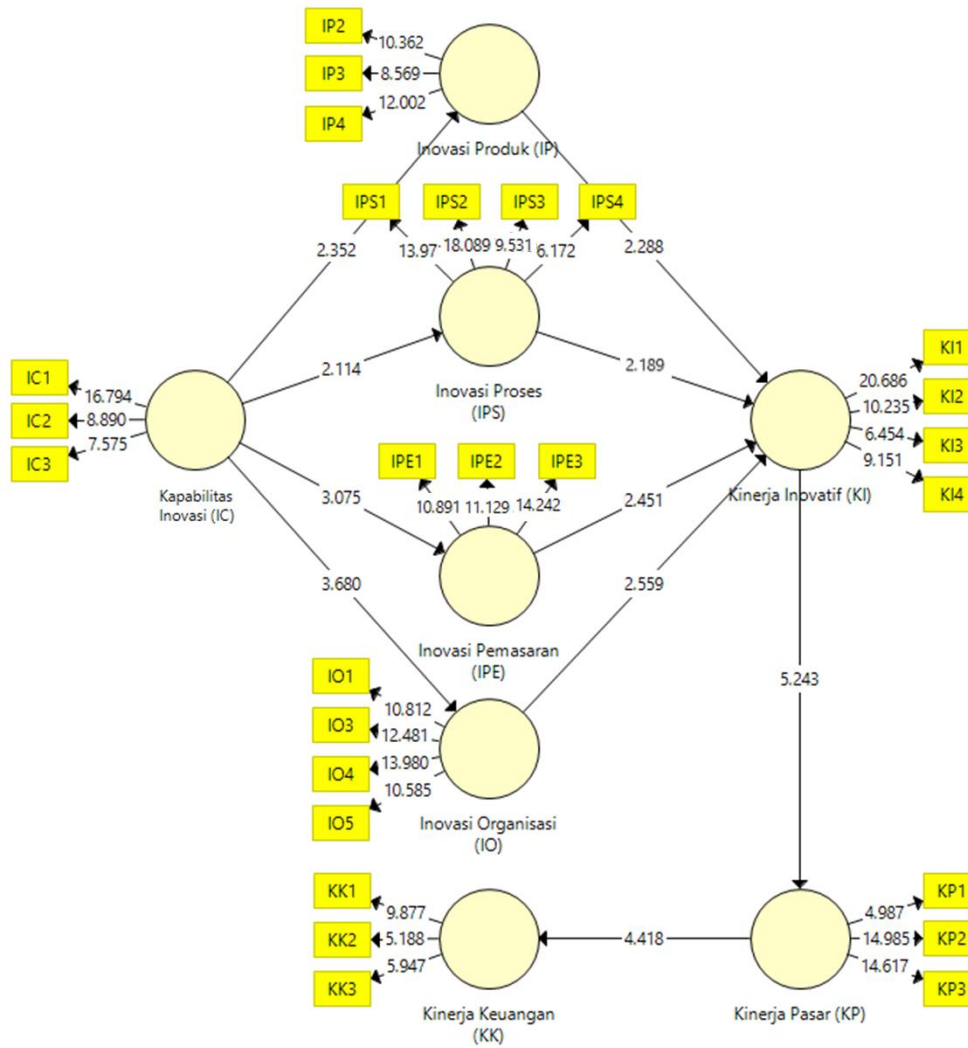




**Lampiran 5 Nilai Loading Factor Setelah Reduksi**



## Lampiran 6 Uji Hipotesis atau *Bootstrapping*



## Biodata Penulis



Artista Bestari Putri, lahir di kota kecil, Klaten pada tanggal 22 Maret 1997. Penulis telah menyelesaikan Pendidikan formal di SD N Kertonatan 1, SMP N 3 Kartasura, dan SMA N 4 Surakarta. Setelah menyelesaikan Pendidikan SMA pada tahun 2015, penulis melanjutkan pendidikan S1 di Departemen Manajemen Bisnis, Fakultas Bisnis dan Manajemen Teknologi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya. Selama menempuh pendidikan S1, penulis mengikuti seluruh kegiatan akademik dan aktif di kegiatan non akademik dengan antusias. Beberapa kegiatan non akademik yang pernah diikuti antara lain organisasi *Business Management Student Association* pada tahun 2016 hingga 2018 pada Divisi *College Affair*, selain itu penulis juga pernah tergabung pada berbagai acara kepanitiaan tingkat ITS seperti ITS EXPO dan yang dilakukan oleh pihak eksternal. Penulis memiliki pengalaman melakukan kerja praktik selama 4 minggu di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta, 2 minggu di Bank Indonesia Jawa Timur, dan selama 6 bulan mengikuti Program Magang Mahasiswa Bersertifikat (PMMB) di PT Bank Mandiri Area Niaga Surabaya. Selama menjalani kerja praktik di KPw Bank Indonesia DIY, penulis membantu perusahaan untuk menyelesaikan riset kondisi perkembangan perusahaan di beberapa sektor dan membantu dalam menyukseskan program Gerbang Pembayaran Nasional. Sementara di Bank Indonesia Jawa Timur, penulis berkesempatan untuk membantu menyelesaikan riset atau kajian ekonomi daerah dan ikut serta dalam merayakan ulang tahun Bank Indonesia. Selama kerja praktik di PT Bank Mandiri Area Niaga Surabaya, penulis membantu dan mengamati proses bisnis di perbankan baik di *front office* maupun *back office*. Penulis memiliki ketertarikan pada bidang keuangan, ekonomi, inovasi, sumber daya manusia, dan manajemen strategis ketika menjalani masa perkuliahan dan berharap dapat menjadi seorang profesional pada beberapa bidang tersebut. Artista terbuka untuk melakukan diskusi mengenai berbagai hal positif dengan menghubungi melalui [artistadr13@gmail.com](mailto:artistadr13@gmail.com)