

PERAN MEDIASI KECEPATAN INOVASI UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN

Oleh:

Muinah Fadhilah¹, Hayati Nufus², dan Herning Indriastuti³

E-mail: muinahfadhilah@yahoo.co.id

¹Dosen Administrasi Bisnis Politeknik Sawunggalih Aji

²Dosen FEB Universitas Tirtayasa

³Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman

ABSTRACT

In this paper, we propose to resolve the controversy results of empirical research on the influence of Entrepreneurial Orientation on Firm Performance. The results showed that Entrepreneurial Orientation has no significant effect on Firm Performance, but Entrepreneurial Orientation has positive and significant effect on Innovation Speed. Innovation Speed has no significant effect on Firm Performance. Adaptability capability has positive and significant effect on Firm Performance. Thus, these finding can't answer the controversy about the influence of Entrepreneurial Orientation on Firm Performance.

Keywords : *Entrepreneurial Orientation, Innovation Speed, Adaptability capability and Firm Performance.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis pada saat ini sangat dirasakan juga oleh para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Para pelaku UMKM berusaha keras untuk bertahan hidup ataupun untuk mengembangkan usahanya dengan berbagai cara baik dengan memperhatikan faktor internal maupun faktor eksternal. Salah satu faktor internal yang diperhatikan yaitu orientasi kewirausahaan yang dimiliki pada diri pengusaha itu sendiri.

Banyak penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti yang berkaitan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja (Chen, Li, dan Evans, 2012; davis, Bell, Payne, dan Kreiser, 2010; Eggers, Kraus, Hughes, Laraway, dan Snycerski, 2013; Fairoz, Hirobumi, dan Tanaka, 2010; Merlo dan Auh, 2009; Samson dan Mahmood, 2015). Baik penelitian Pada UMKM (Avlonitis dan Salavou, 2007; Keh, Nguyen, dan Ng, 2007; Moreno dan Casillas, 2008; Real, Roldán, dan Leal, 2014; Samson dan Mahmood, 2015), untuk pasar ekspor (Lisboa, Skarmas, dan Lages, 2011; Samson dan Mahmood, 2015), perusahaan global (Hartsfield, Johansen, dan Knight, 2008). Dari hasil penelitian para peneliti ada yang menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan positif orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan (Aliyu, Rogo, dan Mahmood, 2015; Boso, Story, dan Cadogan, 2013; Eggers *et al.*, 2013; Fairoz *et al.*, 2010; Keh *et al.*, 2007; Li, Huang, dan Tsai, 2009). Sementara pada penelitian empirik menunjukkan ada hasil yang tidak konsisten (Rauch, Wiklund, Lumpkin, dan Frese, 2009) Pada penelitian

yang dilakukan pada usaha kecil dan menengah bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja (Garcia-Villaverde, Ruiz-Ortega, dan Canales, 2013). Hal ini berarti masih adanya perbedaan hasil penelitian antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan.

Disamping dari hasil penelitian di atas, bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu pendorong pembangunan ekonomi, termasuk di negara Indonesia. Sektor UMKM menjadi penyokong terciptanya pertumbuhan ekonomi dan mampu mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia, yang berarti UMKM telah membantu negara atau pemerintah dalam penciptaan lapangan kerja. Melalui UMKM banyak tercipta unit unit kerja baru yang menggunakan tenaga tenaga kerja yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga juga pendapatan suatu daerah. UMKM merupakan salah satu usaha yang cukup fleksibel dan dapat beradaptasi dengan perubahan perubahan yang terjadi baik gejolak ekonomi, sosial maupun politik.

Di Indonesia sumber penghidupan sangat tergantung pada sektor UMKM. Kebanyakan usaha UMKM ini berkonsentrasi pada sektor perdagangan, pangan, sandang, kerajinan, kulit, bahan bangunan dan logam maupun elektronika. Dari berbagai sektor yang ada tersebut, UMKM telah memberikan kontribusi yang signifikan pada inovasi juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi suatu negara, termasuk di Indonesia. Menurut data dari BPS 99,99% UMKM di Indonesia memiliki peran yang sangat besar memberikan kontribusi dalam penyerapan tenaga kerja, pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional, devisa nasional, dan investasi diperoleh dari UMKM. Jadi pada dasarnya penggerak utama perekonomian di Indonesia selama ini pada dasarnya adalah sektor UMKM. Di dalam UMKM Entrepreneur memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi, inovasi dan persaingan.

Angka pertumbuhan produksi industri UMKM mempunyai peran strategis dan dapat digunakan sebagai indikator dini terhadap perkembangan produksi dari industri khususnya manufaktur, baik skala besar, menengah, kecil maupun mikro. Bila dilihat dari jumlah UMKM di Indonesia sejak tahun 2008 sampai dengan tahun 2012 mengalami peningkatan secara signifikan. Hal ini bisa terlihat dalam tabel 1.

Tabel: 1
Jumlah Usaha UMKM dan Usaha Besar (UB) di Indonesia (dalam Unit)

Jenis Usaha	2008	2009	2010	2011	2012
UMKM	51.409.612	52.769.426	54.114.821	55.206.444	56.534.592
UB	4.650	4.676	5.150	4.952	4.968

Sumber: BPS yang sudah diolah

Bila dilihat dari penyerapan tenaga kerja, bahwa UMKM di Indonesia dari tahun 2008 sampai dengan tahun 2013 mampu menyerap tenaga kerja jauh lebih banyak dibandingkan Usaha besar dan selalu mengalami peningkatan. Hal ini bisa dilihat pada tabel 2 di bawah ini:

Tabel: 2
Perkembangan jumlah tenaga kerja pada Usaha Besar dan UMKM dari tahun 2008
sampai dengan tahun 2013

Jenis Usaha	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Usaha Besar	2.756.205	2.692.374	2.753.049	2.891.224	3.150.645	3.537.162
UMKM	94.024.278	96.193.623	98.238.913	101.722.458	107.657.509	114.144.082
Total	96.780.483	98.885.997	100.991.962	104.613.682	110.808.154	117.681.244

Sumber BPS yang sudah diolah

Dari berbagai macam jenis industri yang ada di Indonesia peneliti hanya meneliti UKM industri Pangan di Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan bagian UMKM di Indonesia yang menjadi salah satu industri yang mendukung meningkatkan perekonomian Indonesia pada umumnya dan Daerah Istimewa Yogyakarta pada khususnya.

Adapun perkembangan industri pangan pada UKM di Daerah Istimewa Yogyakarta dari segi jumlah unit usaha, nilai investasi, nilai produksi dan jumlah tenaganya terlihat dalam tabel 3 di bawah ini

Tabel: 3
Perkembangan Pangan Daerah Istimewa Yogyakarta dari 2010-2014

Keterangan	2010	2011	2012	2013	2014
Unit usaha (Unit)	35.648	36.446	37.202	38.291	38.569
Nilai investasi (Rp.000)	215.577.217,63	268.215.068,00	274.352.249,00	289.237.481,00	306.287.309,00
Nilai Produksi (Rp.000)	928.107.457,59	946.894.404,81	1.042.004.010,00	1.074.044.933,00	1.113.834.723,00
Tenaga kerja (orang)	119.418	116.502	117.993	122.881	124.668

Sumber: Dinas Perindustrian perdagangan koperasi dan UKM yang sudah diolah

Identifikasi Masalah

Masih banyaknya perbedaan hasil penelitian tentang pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja Perusahaan. Beberapa penelitian menyatakan orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan (Aliyu *et al.*, 2015; Boso *et al.*, 2013; Eggers *et al.*, 2013; Fairoz *et al.*, 2010; Keh *et al.*, 2007; Li *et al.*, 2009). Sementara pada penelitian yang lain menunjukkan ada hasil yang tidak konsisten (Rauch *et al.*, 2009). Pada penelitian usaha kecil dan menengah bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja (Garcia-Villaverde *et al.*, 2013). Selain itu masih terbatasnya penelitian orientasi kewirausahaan dan kinerja perusahaan di Indonesia khususnya pada UKM industri pangan serta tingkat persaingan yang semakin tinggi.

Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan sebuah model teoritikal dasar dan model penelitian empirik baru untuk menyelesaikan kontroversi konseptual tentang orientasi kewirausahaan dalam meningkatkan kinerja UKM. Untuk menyelesaikan kontroversi tersebut penelitian ini membangun sebuah model baru yang dengan dimunculkannya variabel intervening kecepatan inovasi yang menjembatani antara orientasi perusahaan dengan kinerja perusahaan UKM industri pangan di Yogyakarta.

Secara khusus penelitian ini bertujuan menganalisis esensi dan peran secara langsung maupun tidak langsung yang berkaitan dengan orientasi kewirausahaan, kemampuan adaptabilitas, kecepatan inovasi yang dapat meningkatkan kinerja pemasaran.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan teoritis dalam penelitian ini sebagai tambahan literatur bagi penelitian yang berhubungan dengan peningkatan kinerja UKM, selain itu dalam penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran yaitu : 1. Menjelaskan kontroversi hasil penelitian tentang hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja perusahaan. 2. Penelitian ini dapat memberikan sumbangan pada pengembangan ilmu pengetahuan dalam penerapan orientasi kewirausahaan yang bisa meningkatkan kinerja perusahaan dengan latar belakang UKM. 3. Memberi kontribusi bagi agenda penelitian yang akan datang melalui bangunan model teoritikal yang belum seluruhnya dapat diuji secara empirik.

Kegunaan Praktis pada Penelitian ini memberikan kontribusi pemikiran bagi praktik-praktik dalam usaha meningkatkan kinerja perusahaan, khususnya bagi UKM di Indonesia dan UKM pada umumnya.

Tinjauan Literatur Dan Pengembangan Hipotesis

2. 1 Hubungan Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Perusahaan

Ada beberapa perusahaan sudah berorientasi kewirausahaan yang mengalami gulung tikar, namun banyak juga perusahaan yang tetap bertahan dan berhasil mengembangkan perusahaannya. Hal ini menjadi bahan ketertarikan para peneliti untuk meneliti orientasi kewirausahaan, termasuk penulis sendiri. Penelitian orientasi kewirausahaan yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti tidak hanya dalam satu bidang, tetapi ada berbagai bidang industri dan diberbagai negara.

Penelitian di dunia perbankan menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif pada kinerja pelayanan individual (Acar, Zehir, Ozgenel, dan Ozsahin, 2013). Pada penelitian yang dilakukan di Usaha Kecil dan Menengah dengan responden pemilik atau manager dengan jumlah responden sebanyak 640 pemilik/manager di Nigeria diperoleh hasil bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis (Aliyu *et al.*, 2015). Pendapat peneliti yang lain bahwa orientasi kewirausahaan meningkatkan kinerja bisnis (Boso *et al.*, 2013). Penelitian pada usaha kecil dan menengah di Sri Lanka bahwa orientasi kewirausahaan berkorelasi positif dengan kinerja bisnis (Fairoz *et al.*, 2010). Begitu juga penelitian yang dilakukan pada usaha kecil dan menengah dengan responden pengusaha singapura bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh pada kinerja perusahaan (Keh *et al.*, 2007).

Penelitian pada usaha kecil dan menengah dengan menggunakan SEM dari 660 survey yang telah dilakukan di Austria diperoleh hasil bahwa orientasi kewirausahaan mempunyai

hubungan positif terhadap pertumbuhan usaha kecil dan menengah (Eggers *et al.*, 2013). Penelitian pada industri fashion bahwa kewirausahaan mempunyai hubungan positif dengan kinerja perusahaan (Ünay dan Zehir, 2012). Penelitian pada usaha kecil dan menengah pada pengusaha singapura bahwa Orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh langsung pada kinerja perusahaan (Keh *et al.*, 2007). Survey terhadap 165 entrepreneur yang dianalisis dengan menggunakan Lisrel hasilnya bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh langsung terhadap kinerja perusahaan (Li *et al.*, 2009).

Dari uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Semakin tinggi orientasi kewirausahaan maka akan semakin tinggi kinerja perusahaan.

2.2 Hubungan Orientasi Kewirausahaan dan kecepatan Inovasi

Orientasi kewirausahaan adalah salah satu pendorong inovasi perusahaan. Inovasi memainkan peran sentral pada proses kewirausahaan. Mengembangkan kemampuan inovasi pada sebuah organisasi semakin penting (Saunila dan Ukko, 2014). Kecepatan inovasi hal yang penting bagi perusahaan untuk keberlanjutan usaha yang dijalankannya (Eric H. Kessler dan Chakrabarti, 1996). Kecepatan inovasi mempunyai pengaruh pada biaya pengembangan, kualitas produk dan kesuksesan proyek (Eric H. Kessler dan Chakrabarti, 1996). Penelitian yang dilakukan pada UKM industri manufaktur di Turki dengan sampel sebanyak 560 UKM hasil penelitiannya menunjukkan bahwa marketing kewirausahaan (*Entrepreneurial marketing*) berhubungan positif dengan kinerja inovasi (Hacioglu, Eren, Eren, dan Celikkan, 2012). Inovasi berperan menjadi variabel mediasi hubungan antara orientasi pasar dengan kinerja organisasi (Altuntaş, Semerciöz, dan Eregez, 2013).

Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan secara langsung ke kinerja yang diukur dengan pertumbuhan perusahaan, tetapi dimediasi oleh variabel yang lain (Moreno dan Casillas, 2008). Ada hubungan signifikan positif antara radikal inovasi dengan kecepatan inovasi (Goktan dan Miles, 2011) yang berarti perusahaan yang mempunyai inovasi secara radikal maka kecepatan inovasinya semakin tinggi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar dalam hal ini generasi intelijen memiliki efek positif langsung pada kecepatan inovasi melalui penyebaran intelijen dan responsif. Penyebaran intelijen mempengaruhi kecepatan inovasi secara positif, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui respon (Carbonell dan Rodríguez Escudero, 2010).

Dari uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Semakin tinggi orientasi kewirausahaan, maka akan semakin tinggi kecepatan berinovasi.

2.3 Hubungan kecepatan inovasi (*Innovation Speed*) dan Kinerja Perusahaan

Kecepatan untuk berinovasi sangat dibutuhkan oleh perusahaan yang menginginkan usahanya tetap bertahan atau berkembang. Model teoritis yang berfokus pada sektor UKM manufaktur di Yunani, menghubungkan kemampuan inovasi perusahaan dengan tiga dimensi kinerja perusahaan, sehingga memberikan kontribusi bagi pengembangan teori inovasi organisasi (Kafetzopoulos dan Psomas, 2015). Menurut Kafetzopoulos dan Psomas (2015) bahwa inovasi merupakan pendorong utama dalam keberhasilan perusahaan. Empat dimensi inovasi dasar (produk, proses, pemasaran dan organisasi). Untuk itu Para manajer harus menekankan tambahan pada kemampuan inovasi karena merupakan elemen penting untuk mencapai peningkatan kinerja perusahaan secara keseluruhan dan daya saing yang berkelanjutan. Hubungan antara kemampuan inovasi dan kinerja perusahaan dapat memberikan panduan tentang bagaimana perusahaan harus mencapai kinerja yang lebih baik

dengan menggunakan inovasi. Memiliki pemahaman yang jelas tentang sifat yang tepat dari inovasi akan membantu perusahaan untuk memprioritaskan strategi pasar.

Kecepatan inovasi sangat penting dalam lingkungan yang ditandai dengan intensitas kompetitif (Eric H Kessler dan Chakrabarti, 1999). Hasil penelitian menunjukkan hubungan yang signifikan antara inovasi produk radikal dan kecepatan inovasi (Goktan dan Miles, 2011)(Banu Goktan, dan Grant Miles, 2011). Kemampuan untuk mengembangkan dan meluncurkan produk-produk inovatif dengan cepat sebelum pesaing lakukan adalah faktor kunci keberhasilan untuk organisasi yang bersaing dalam industri teknologi tinggi.

Kecepatan inovasi dianggap sebagai elemen inti dari strategi inovasi untuk tiga alasan. Pertama, hasil kecepatan inovasi dalam kinerja produk baru yang unggul. (Carbonell dan Rodriguez, 2006) dan Chen et al. (2005) ada hubungan positif antara kecepatan ke pasar dan keberhasilan produk baru secara keseluruhan. Kedua, kecepatan inovasi dapat memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Kecepatan inovasi adalah sumber daya berharga bagi perusahaan, bahwa hal itu memungkinkan perusahaan untuk tetap berhubungan erat dengan pelanggan dan kebutuhannya (Tatikonda dan Montoya-Weiss, 2001). Ketiga, meningkatnya tingkat persaingan, perkembangan teknologi di pasar dan siklus hidup produk yang lebih pendek tekanan untuk berinovasi lebih cepat (Lynn *et al.*, 2000).

Kecepatan inovasi didefinisikan sebagai laju kemajuan bahwa menampilkan tegas dalam berinovasi dan komersialisasi produk baru. Ini menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mempercepat kegiatan dan tugas-tugas yang terjadi melalui proses pengembangan produk baru (Eric H Kessler dan Bierly, 2002). Pengertian lain kecepatan inovasi adalah waktu yang dibutuhkan mulai dari pembuatan konsepsi dan definisi suatu inovasi sampai ditawarkannya produk baru / jasa ke pasar (Wang dan Wang, 2012)

Hal ini sesuai dengan literatur yang menunjukkan hubungan positif antara pengolahan informasi pasar dan kecepatan inovasi (Zirger dan Hartley, 1994; Moorman, 1995), dan antara kecepatan inovasi dan kinerja produk baru (Eric H Kessler dan Bierly, 2002; Carbonell dan Rodriguez, 2006).

Hasil penelitian (Carbonell dan Rodríguez Escudero, 2010) menunjukkan bahwa penyebaran intelijen secara langsung, dan generasi intelijen secara tidak langsung (melalui sosialisasi dan responsiveness) memiliki efek positif pada kecepatan inovasi. Dengan kata lain hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kecepatan inovasi mempengaruhi generasi intelijen tidak langsung daripada secara langsung konsisten dengan literatur yang masih ada yang berpendapat bahwa fakta ketersediaan informasi tidak selalu mengarah pada kecepatan inovasi lebih cepat. Menurut hasil (Carbonell dan Rodríguez Escudero, 2010) tingginya generasi informasi dan penyebaran informasi tidak memiliki efek negatif pada kecepatan inovasi.

Hubungan Inovasi dengan kinerja dari beberapa peneliti misalnya Sadikoglu dan Zehir (2010), Gunday *et al.*, (2011) dan Peng *et al.*, (2011) yang menunjukkan bahwa inovasi memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap kinerja operasional perusahaan. Chudnovsky *et al.*, (2006) menyatakan bahwa perusahaan yang inovatif mencapai tingkat produktivitas yang lebih tinggi daripada yang tidak berinovasi. Begitu juga yang dilakukan Ferraresi *et al.*, (2012) dalam penelitiannya di Brazil dengan teknik analisis SEM, hasil penelitiannya yaitu Inovasi berpengaruh pada kinerja bisnis.

Inovasi organisasi mendorong kinerja perusahaan yang superior (Camisón dan Villar-López, 2014). Hasil penelitian empirik menunjukkan bahwa ada hubungan positif kemampuan inovasi dengan kinerja (Dadfar, Dahlgard, Brege, dan Alamirhoor, 2013). Kemampuan

inovasi secara positif dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan (Hult *et al.*, 2004). Oke *et al.*, (2007), menyelidiki UKM dan menemukan bahwa ada hubungan antara inovasi dan pertumbuhan omset penjualan di UKM. Hubungan positif antara kecepatan inovasi dan kinerja produk baru (Carbonell dan Rodríguez Escudero, 2010). Ada hubungan positif antara kecepatan ke pasar dan keberhasilan produk baru secara keseluruhan, ada pengaruh kecepatan inovasi pada keuntungan posisi (*positional advantage*) dan kinerja produk baru dengan syarat pada level pasar yang tidak pasti, pasar potensial dan persaingan. (Carbonell dan Rodriguez, 2006).

Huhtala *et al.*, (2014) menguji peran orientasi pasar dan kemampuan inovasi dalam menentukan kinerja bisnis selama ekonomi mengalami kemajuan dan penurunan, dan menguji secara empiris dampak siklus ekonomi pada hubungan antara konsep pemasaran strategis, seperti orientasi pasar atau kemampuan inovasi, dan kinerja bisnis. Hasil penelitian Huhtala *et al.*, (2014) menunjukkan bahwa kemampuan inovasi memediasi antara orientasi pasar dengan kinerja selama ekonomi mengalami kemajuan, sedangkan mediasi hanya parsial selama ekonomi mengalami penurunan. Kemampuan Inovasi juga memediasi hubungan antara orientasi pelanggan dan kinerja bisnis selama ekonomi mengalami kemajuan, sedangkan efek mediasi memuncak dalam orientasi pesaing selama ekonomi mengalami penurunan. Dengan demikian, peran kemampuan inovasi sebagai mediator antara komponen orientasi pasar, bervariasi sepanjang siklus bisnis.

Tujuan penelitiannya Vicente *et al.*, (2015) mengintegrasikan kemampuan inovasi dalam konteks pasar ekspor dan mengidentifikasi dimensi penting dalam rangka membangun skala untuk mengukur kemampuan inovasi untuk perusahaan ekspor, dengan menggunakan model persamaan struktural. Temuan Vicente *et al.*, (2015) menunjukkan bahwa kemampuan inovasi dibentuk oleh empat dimensi: kemampuan pengembangan produk, inovasi, kemampuan strategis, dan kemampuan teknologi. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keempat dimensi skala kemampuan inovasi positif dan signifikan terkait dengan kinerja usaha ekspor. Penelitian dalam mengembangkan skala baru, yaitu INNOVSCALE, yang merupakan ukuran kemampuan inovasi perusahaan-perusahaan eksportir, dan menguji dampaknya pada tiga ukuran kinerja usaha ekspor, yaitu keuangan, strategis, dan prestasi (Vicente, Abrantes, dan Teixeira, 2015).

Dari uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Semakin tinggi kecepatan inovasi, maka akan semakin tinggi kinerja perusahaan.

2.4 Hubungan kemampuan adaptabilitas dan kinerja Perusahaan

Penyesuaian diri terhadap lingkungan bisnis yang semakin cepat perubahannya pada era sekarang ini adalah merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan. Cepatnya perubahan lingkungan bisa menjadi ancaman maupun peluang bagi perusahaan. Bila dianggap sebagai peluang maka dapat meningkatkan kinerja perusahaannya dan sebaliknya bisa menghancurkan perusahaan. Untuk itu setiap perusahaan harus melakukan adaptasi terhadap perubahan lingkungan yang ada. Begitu juga untuk setiap UKM harus mampu melakukan adaptasi dengan perubahan-perubahan yang terjadi dilingkungannya dalam rangka untuk mempertahankan dan atau mengembangkan usahanya. Kemampuan beradaptasi dari setiap UKM akan tergantung pada tingkat kreatifitas dan inovasi dari UKM tersebut. Para akademisi dan praktisi telah melakukan penelitian yang berkaitan dengan kemampuan adaptabilitas terhadap kinerja perusahaan.

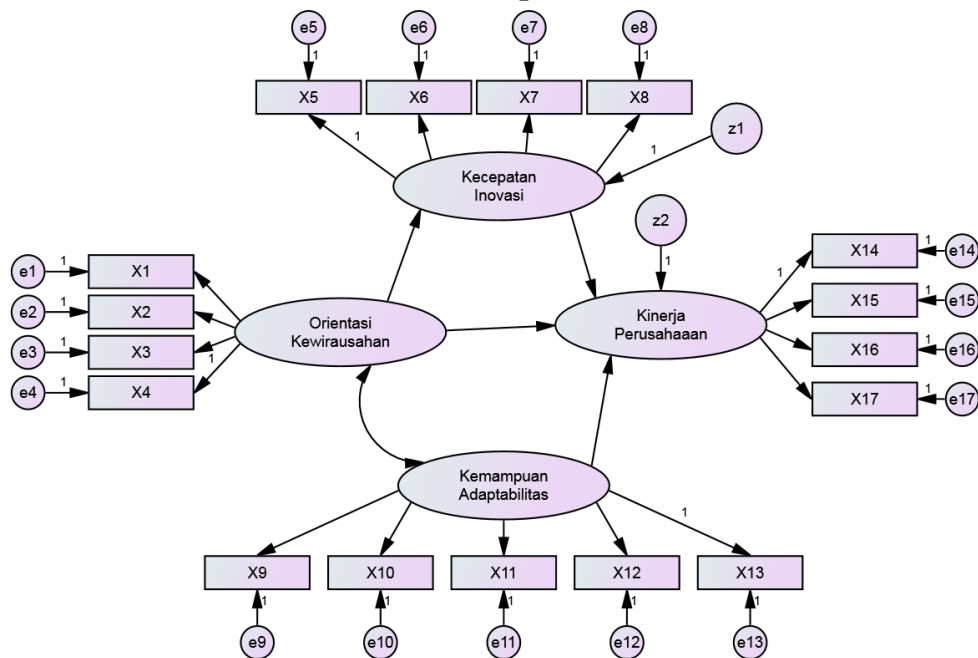
Adaptasi perusahaan merupakan faktor penting bagi perusahaan dengan adanya perubahan eksternal sepanjang perusahaan dalam usaha melakukan eksploitasi maupun eksplorasi pada inovasi produknya (Mu, 2015). Perusahaan yang memiliki orientasi strategi berpengaruh pada kemampuan adaptabilitas dari perusahaan tersebut (Kaehler, Busatto, Becker, Hansen, dan Santos, 2014). Penelitian tersebut dilakukan pada konteks organisasi untuk pelayanan maritem di Brazil dengan 160 responden. Kemampuan Adaptabilitas menjadi kontribusi utama dalam kinerja baik untuk kinerja jangka pendek maupun jangka panjang (Biedenbach dan Müller, 2012). Penelitian tersebut diteliti baik secara kualitatif maupun kuantitatif (Biedenbach dan Müller, 2012).

Dari uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H4 : Semakin tinggi kemampuan adaptabilitas maka akan semakin tinggi kinerja perusahaan.

Dari empat hipotesis tersebut di atas yang terdiri dari empat variabel dengan variabel kecepatan inovasi sebagai variabel mediasi antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja perusahaan, dapat dilihat pada model dari penelitian penulis sebagai berikut :

Gambar: 1
Model dalam penelitian



Metode Penelitian

Untuk menguji hipotesis peneliti menggunakan data survey. Populasi dari penelitian ini adalah industri pangan yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan sampel sebanyak 120 sampel. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive Sampling*. Responden yang peneliti pilih adalah hanya pemilik Usaha kecil, yang dianggap memahami tentang Orientasi kewirausahaan, kemampuan beradaptasi, kecepatan inovasi dan memahami tentang kinerja dari usaha perusahaannya. Orientasi kewirausahaan dengan menggunakan sebanyak empat indikator, variabel kecepatan inovasi dengan empat indikator, kemampuan adaptabilitas dengan lima indikator dan variabel kinerja perusahaan dengan empat indikator.

Untuk mengalisis dan menjawab hipotesa yang ada peneliti menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM).

PEMBAHASAN

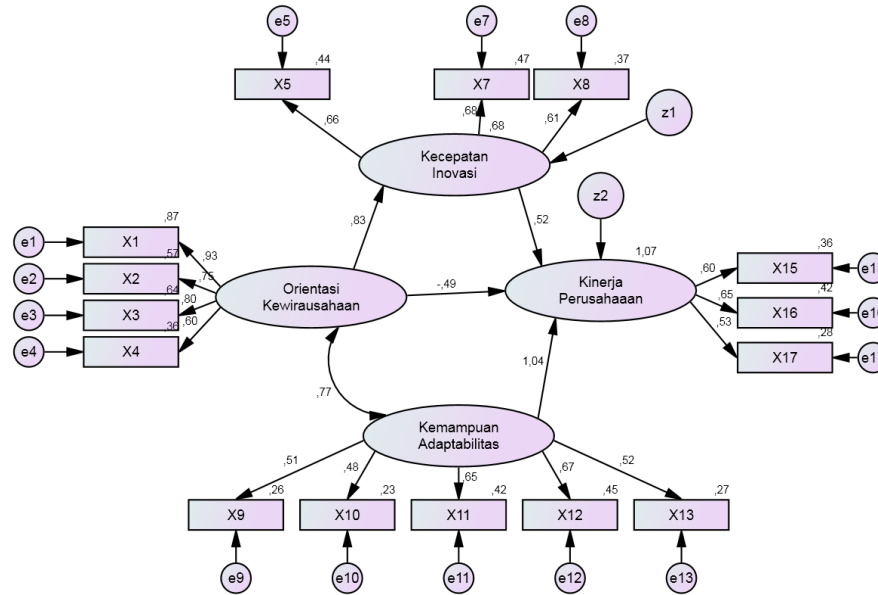
Setelah penulis analisis dengan SEM, untuk kecepatan inovasi ada satu indikator yang tidak layak sebagai indikator dalam penelitian ini, begitu juga pada variabel kinerja perusahaan ada satu indikator yang tidak layak sebagai indikator dalam penelitian ini. Sehingga penulis hanya menggunakan tiga indikator untuk variabel kecepatan inovasi dan juga variabel kinerja perusahaan, sedangkan variabel orientasi kewirausahaan dan kemampuan adaptabilitas, semua indikator diterima.

Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan besarnya CR -1,535. Hal ini berarti hipotesis 1 ditolak. Hasil penelitian penulis sesuai dengan hasil penelitian (Rauch *et al.*, 2009) dan (Garcia-Villaverde *et al.*, 2013). Tetapi bertentangan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa menyatakan orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan (Aliyu *et al.*, 2015; Boso *et al.*, 2013; Eggers *et al.*, 2013; Fairouz *et al.*, 2010; Keh *et al.*, 2007; Li *et al.*, 2009). Jadi orientasi kewirausahaan tidak secara langsung dapat mempengaruhi kinerja perusahaan, tetapi harus melalui variabel lain atau variabel intervening. Dalam penelitian penulis ini variabel intervening yang menjembatani antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja perusahaan yaitu kecepatan inovasi. Dari hasil penelitian penulis bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kecepatan inovasi dengan CR 4,971. Jadi Hipotesis 2 diterima. Namun ternyata kecepatan inovasi tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan karena dilihat dari analisis SEM, kecepatan inovasi terhadap kinerja perusahaan diperoleh hasil CR nya 1,763 kurang dari 2, yang berarti hipotesis 3 ditolak. Dengan kata lain kecepatan inovasi tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian peneliti terdahulu (Carbonell dan Rodríguez Escudero, 2010). Hal ini berarti masih ada variabel lain atau variabel kecepatan inovasi yang lebih spesifik lagi untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Pada hipotesis semakin tinggi kemampuan adaptabilitas maka akan semakin tinggi kinerja perusahaan. Hipotesis 4 tersebut di terima dengan besarnya CR 3,346. Jadi semakin tinggi UKM mempunyai kemampuan adaptabilitas maka dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Hal ini sesuai hasil penelitian yang menyatakan bahwa Kemampuan Adaptabilitas menjadi kontribusi utama dalam kinerja baik untuk kinerja jangka pendek maupun jangka panjang (Biedenbach dan Müller, 2012).

Berikut hasil pengujian full model penelitian :

Gambar: 2
Hasil pengujian full mdel



Sumber : data primer yang diolah

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat signifikansi dari nilai estimasi, critical ratio dan probabilitas berdasarkan hasil analisis SEM yang terlihat pada *regression wight equation modelling* pada tabel berikut ini :

Tabel: 4
Regression Weights

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Kecepatan_Inovasi	<---	Orientasi_Kewirausahaan	1,028	,207	4,971	***	par_12
Kinerja_Perusahaan	<---	Orientasi_Kewirausahaan	-,551	,359	-1,535	,125	par_13
Kinerja_Perusahaan	<---	Kecepatan_Inovasi	,470	,267	1,763	,078	par_14
Kinerja_Perusahaan	<---	Kemampuan_Adaptabilitas	1,282	,383	3,346	***	par_15

Sumber: data yang sudah diolah

KESIMPULAN

Dengan semakin tingginya persaingan dalam dunia bisnis, maka setiap perusahaan akan berusaha untuk mampu bersaing dengan perusahaan pesaingnya dengan berusaha mempertahankan dan atau mengembangkan usahanya. Oleh karena itu, sangat penting baik secara teoritis dan praktis meneliti isu-isu terkait orientasi kewirausahaan, kecepatan inovasi, dan kemampuan adaptabilitas dalam usaha meningkatkan kinerja perusahaan.

Dari analisis SEM bahwa orientasi kewirausahaan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kecepatan inovasi. Kecepatan inovasi tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi. Kinerja organisasi dipengaruhi oleh kemampuan adaptabilitas.

Dari hasil penelitian penulis masih ada keterbatasan bahwa variabel yang penulis teliti masih terbatas, jumlah sampel terbatas dan daerah penelitian juga terbatas hanya satu wilayah saja. Untuk itu penelitian yang akan datang sebaiknya meneliti variabel kecepatan inovasi yang lebih spesifik lagi, atau meneliti lebih lanjut hubungan kecepatan inovasi dengan kinerja perusahaan serta meneliti dengan obyek penelitian yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Acar, A. Z., Zehir, C., Ozgenel, N., dan Ozsahin, M. (2013). The effects of customer and entrepreneurial orientations on individual service performance in banking sector *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 99, 526 - 535 doi: 10.1016/j.sbspro.2013.10.522
- Aliyu, M. S., Rogo, H. B., dan Mahmood, R. (2015). Knowledge Management, Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Role of Organizational Culture. *Asian Social Science*, 11(23), 140-152.
- Altuntaş, G., Semerciöz, F., dan Eregez, H. (2013). Linking Strategic and Market Orientations to Organizational Performance: The Role of Innovation in Private Healthcare Organizations. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 99, 413-419. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.509>
- Avlonitis, G. J., dan Salavou, H. E. (2007). Entrepreneurial orientation of SMEs, product innovativeness, and performance. *Journal of Business Research*, 60(5), 566-575.
- Biedenbach, T., dan Müller, R. (2012). Absorptive, innovative and adaptive capabilities and their impact on project and project portfolio performance. *International Journal of Project Management*, 30(5), 621-635. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijproman.2012.01.016>
- Boso, N., Story, V. M., dan Cadogan, J. W. (2013). Entrepreneurial orientation, market orientation, network ties, and performance: Study of entrepreneurial firms in a developing economy. *Journal of Business Venturing*, 28(6), 708-727. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.04.001>
- Camisón, C., dan Villar-López, A. (2014). Organizational innovation as an enabler of technological innovation capabilities and firm performance. *Journal of Business Research*, 67(1), 2891-2902.
- Carbonell, P., dan Rodríguez, A. I. (2006). The impact of market characteristics and innovation speed on perceptions of positional advantage and new product performance. *International Journal of Research in Marketing*, 23(1), 1-12. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijresmar.2006.01.002>
- Carbonell, P., dan Rodríguez Escudero, A. I. (2010). The effect of market orientation on innovation speed and new product performance. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 25(7), 501-513.
- Chen, Y.-C., Li, P.-C., dan Evans, K. R. (2012). Effects of interaction and entrepreneurial orientation on organizational performance: Insights into market driven and market driving *Industrial Marketing Management*, 41, 1019-1034. doi: 10.1016/j.indmarman.2012.01.017
- Dadfar, H., Dahlgaard, J. J., Brege, S., dan Alamirhoor, A. (2013). Linkage between organisational innovation capability, product platform development and performance: The case of pharmaceutical small and medium enterprises in Iran. *Total Quality Management & Business Excellence*, 24(7-8), 819-834.
- davis, J. L., Bell, R. G., Payne, G. T., dan Kreiser, P. M. (2010). Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Moderating Role of Managerial Power. *American Journal of business*, 25(2).

- Eggers, F., Kraus, S., Hughes, M., Laraway, S., dan Snyckerski, S. (2013). Implications of customer and entrepreneurial orientations for SME growth. *Management Decision*, 51(3), 524-546. doi: 10.1108/00251741311309643
- Fairoz, F. M., Hirobumi, T., dan Tanaka, Y. (2010). Entrepreneurial orientation and business performance of small and medium scale enterprises of Hambantota District Sri Lanka. *Asian Social Science*, 6(3), p34.
- Garcia-Villaverde, P. M., Ruiz-Ortega, M. J., dan Canales, I. (2013). Entrepreneurial orientation and the threat of imitation: The influence of upstream and downstream capabilities. *European Management Journal*, 31. doi: 10.1016/j.emj.2012.11.006
- Goktan, A. B., dan Miles, G. (2011). Innovation speed and radicalness: are they inversely related? *Management Decision*, 49(4), 533-547. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/00251741111126477>
- Hacioglu, G., Eren, S. S., Eren, M. S., dan Celikkan, H. (2012). The Effect of Entrepreneurial Marketing on Firms' Innovative Performance in Turkish SMEs. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58(0), 871-878. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1065>
- Hartsfield, S., Johansen, D., dan Knight, G. (2008). Entrepreneurial Orientation, Strategy, And Marketing Capabilities In The Performance Of Born Global Firms
- Huhtala, J.-P., Sihvonen, A., Frösén, J., Jaakkola, M., dan Tikkanen, H. (2014). Market orientation, innovation capability and business performance. *Baltic Journal of Management*, Vol. 9 (Iss 2), pp. 134 - 152. doi: 10.1108/BJM-03-2013-0044
- Kaehler, C., Busatto, F., Becker, G. V., Hansen, P. B., dan Santos, J. L. S. (2014). Relationship between adaptive capability and strategic orientation.
- Kafetzopoulos, D., dan Psomas, E. (2015). The impact of innovation capability on the performance of manufacturing companies *Journal of Manufacturing Technology Management*, 26(1),
- Keh, H. T., Nguyen, T. T. M., dan Ng, H. P. (2007). The effects of entrepreneurial orientation and marketing information on the performance of SMEs. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 592-611.
- Kessler, E. H., dan Bierly, P. E. (2002). Is faster really better? An empirical test of the implications of innovation speed. *Engineering Management, IEEE Transactions on*, 49(1), 2-12.
- Kessler, E. H., dan Chakrabarti, A. K. (1996). Innovation speed: A conceptual model of context, antecedents, and outcomes. *Academy of Management. The Academy of Management Review*, 21(4), 1143.
- Kessler, E. H., dan Chakrabarti, A. K. (1999). Speeding up the pace of new product development. *Journal of Product Innovation Management*, 16(3), 231-247.
- Li, Y.-H., Huang, J.-W., dan Tsai, M.-T. (2009). Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process. *Industrial Marketing Management*, 38(4), 440-449. doi: 10.1016/j.indmarman.2008.02.004
- Lisboa, A., Skarmas, D., dan Lages, C. (2011). Entrepreneurial orientation, exploitative and explorative capabilities, and performance outcomes in export markets: A resource-based approach. *Industrial Marketing Management*, 40(8), 1274-1284. doi: 10.1016/j.indmarman.2011.10.013
- Merlo, O., dan Auh, S. (2009). The effects of entrepreneurial orientation, market orientation, and marketing subunit influence on firm performance. *Marketing Letters*, 20(3), 295-311. doi: <http://dx.doi.org/10.1007/s11002-009-9072-7>
- Moorman, C. (1995). Organizational market information processes: cultural antecedents and new product outcomes. *Journal of marketing research*, 318-335.
- Moreno, A. M., dan Casillas, J. C. (2008). Entrepreneurial orientation and growth of SMEs: A causal model. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(3), 507-528.

- Mu, J. (2015). Marketing capability, organizational adaptation and new product development performance. *Industrial Marketing Management*, 49, 151-166. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.indmarman.2015.05.003>
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., dan Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761-787.
- Real, J. C., Roldán, J. L., dan Leal, A. (2014). From entrepreneurial orientation and learning orientation to business performance: analysing the mediating role of organizational learning and the moderating effects of organizational size. *British Journal of Management*, 25(2), 186-208.
- Samson, A. T., dan Mahmood, R. (2015). The impact of entrepreneurial orientation, reconfiguring capability and moderation of environmental turbulence on export performance of SMEs in nigeria. . *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 7(3), 76-87.
- Saunila, M., dan Ukko, J. (2014). Intangible aspects of innovation capability in SMEs: Impacts of size and industry. *Journal of Engineering and Technology Management*, 33(0), 32-46. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jengtecman.2014.02.002>
- Tatikonda, M. V., dan Montoya-Weiss, M. M. (2001). Integrating operations and marketing perspectives of product innovation: The influence of organizational process factors and capabilities on development performance. *Management Science*, 47(1), 151-172.
- Ünay, F. G., dan Zehir, C. (2012). Innovation intelligence and entrepreneurship in the fashion industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 41, 315-321. doi: 10.1016/j.sbspro.2012.04.036
- Vicente, M., Abrantes, J. L., dan Teixeira, M. S. (2015). Measuring innovation capability in exporting firms: the INNOVSCALE", . *International Marketing Review*, 32(1), 29 - 51.
- Wang, Z., dan Wang, N. (2012). Knowledge sharing, innovation and firm performance. *Expert Systems with Applications*, 39(10), 8899-8908.