

**ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK, ORIENTASI
PASAR DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA
USAHA DENGAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi Empiris UMKM Industri Kreatif Agriculture
Kabupaten Bojonegoro – Jawa Timur)**

*THE ANALYSIS INFLUENCE OF INOVATIVENESS, MARKET
ORIENTATION AND ORGANIZATIONAL CULTURE TO BUSSINESS
PERFORMANCE WITH THE COMPETITIVE ADVANTAGE AS
INTERVENING VARIABLE*

*(Empirical Study of Agricultural Creative Industry UMKM
Bojonegoro Regency - East Java)*

USULAN PENELITIAN TESIS

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian untuk memperoleh gelar Magister Agribisnis
Pada Universitas Wijaya Kusuma Fakultas Pertanian Program Studi Magister
Management Agribisnis



**Oleh: Narida Nilasari
NPM: 19240010**

**PROGRAM MAGISTER AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA
SURABAYA
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis


**ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK,
ORIENTASI PASAR DAN BUDAYA
ORGANISASI TERHADAP KINERJA USAHA
DENGAN KEUNGGULAN BERSAING
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Empiris UMKM Industri Kreatif
Agrikultur Kabupaten Bojonegoro – Jawa Timur)**

Nama Mahasiswa
NPM
Program Studi
Fakultas/Universitas

Narida Nilasari
19240010
MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS
PERTANIAN/UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA
SURABAYA

Menyetujui
Pembimbing,

Pembimbing I



Prof. Achmadi Susilo MS

Pembimbing II



Dr. Ir. Hary Sastrya Wanto MS

Dekan Fakultas Pertanian



Ir. Koesriwulandarti, MP

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Magister Agribisnis



Dr. Ir.Rr. Nugrahaini SW,MS

LEMBAR REVISI

**ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK, ORIENTASI PASAR DAN
BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA USAHA DENGAN
KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Empiris UMKM Industri Kreatif Agrikultur Kabupaten Bojonegoro**

– Jawa Timur)

Disusun Oleh :

Narida Nilasari

NPM : 19240010

Telah dipertahankan di depan Tum Penguji

Pada Tanggal 3 Juni 2021

Dan Dinyatakan Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Ketua Dewan Penguji :

Dr.Ir. Rr. Nugrahini SW. Msi

Dr.Ir. Hary Sastrya Wanto MS

Prof. Dr. Ir. H. Achmadi Susilo, MS

Dr. Ir. Hj. Sri Rahayu MJH., MS



Mengetahui

Ketua Program Studi Magister Agribis



Dr. Ir. Rr. Nugrahini, M.Si

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis Tesis ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau doktor), baik di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Surabaya, **3 Juni 2021**

Yang membuat pernyataan,



Narida Silasari
NPM 19240010

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisa pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Usaha dengan variabel intervening Keunggulan Bersaing. Penelitian yang dilakukan di Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur ini melibatkan pelaku usaha industri kreatif Agrikultur, kriya dan kuliner. Metodologi, metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan penyebaran kuesioner terhadap 100 pelaku usaha dengan teknik Probability Sampling dengan system pengambilan sampling secara systemic random sampling. Hasil jawaban kuesioner diberikan skala menurut Skala Likert dengan skor 1-5. Selanjutnya data dianalisa dengan menggunakan perhitungan SEM dengan software SmartPLS versi 3.0. Data dianalisa dengan Analisa Pengaruh dengan Model Pengukuran (Outer Model) dan Model Struktural (Inner Model).

Hasil penelitian : Variabel Inovasi Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Tetapi Inovasi Produk memiliki tingkat keterpengaruhan yang lebih tinggi terhadap Kinerja Usaha jika didorong oleh variabel intervening keunggulan bersaing. Meskipun hasilnya positif tapi belum signifikan. Variabel Orientasi Pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha secara langsung maupun setelah didorong oleh variabel keunggulan bersaing. Bahkan menghasilkan nilai yang lebih kecil. Budaya Organisasi berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kinerja usaha justru tanpa didorong oleh variabel intervening Keunggulan bersaing. Jika melibatkan Variabel Intervening Keunggulan Bersaing justru menghasilkan hubungan yang negative. Dari hasil yang diperoleh maka Pemerintah Kabupaten Bojonegoro diharapkan lebih agresif lagi dalam upaya pemberdayaan UMKM Industri Kreatif Agrikultur. Sehingga ke depan UMKM tersebut bisa lebih berperan secara signifikan dalam memutar roda perekonomian di Kabupaten Bojonegoro

Kata Kunci: UMKM, Industri Kreatif, Inovasi Produk, Orientasi Pasar, Budaya Organisasi, Keunggulan Bersaing, Kinerja Usaha

ABSTRACT

This study is intended to analyze the effect of Product Innovation, Market Orientation and Organizational Culture on Business Performance with Competitive Advantage intervening variable. The research, which was conducted in Bojonegoro Regency, East Java, involved entrepreneurs in the creative industries of agriculture, craft and culinary. Methodology, the method of collecting data is by interviewing and distributing questionnaires to 100 business actors using the Probability Sampling technique with a systemic random sampling system. The results of the questionnaire answers are given a scale according to the Likert Scale with a score of 1-5. Furthermore, the data were analyzed using SEM calculations with SmartPLS version 3.0 software. The data were analyzed by Influence Analysis with the Measurement Model (Outer Model) and Structural Model (Inner Model).

The results of the study: Product Innovation variable has no significant effect on business performance. But Product Innovation has a higher level of influence on Business Performance if it is driven by the intervening variable of competitive advantage. Although the results are positive but not significant. The Market Orientation variable has no significant effect on business performance directly or after being driven by the competitive advantage variable. It even results in a smaller value. Organizational culture has a positive and significant direct effect on business performance without being driven by the intervening variable Competitive advantage. If it involves Competitive Advantage Intervening Variables, it produces a negative relationship. From the results obtained, the Government of Bojonegoro Regency is expected to be even more aggressive in efforts to empower MSMEs in the Agricultural Creative Industry. So that in the future these SMEs can play a more significant role in turning the wheels of the economy in Bojonegoro Regency

Keywords: MSMEs, Creative Industry, Product Innovation, Market Orientation, Organizational Culture, Competitive Advantage, Business Performance

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah wa Syukurillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Sang pemilik kehidupan ini Allah SWT, yang telah menganugerahkan kesempatan, kesehatan, kekuatan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan menulis tesis yang berjudul “Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Usaha Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris UMKM Industri Kreatif Agrikultur Kabupaten Bojonegoro) tepat pada waktunya.

Tesis ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Magister Agribisnis pada Pasca Sarjana Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma, Surabaya .

Berkat bimbingan, bantuan, dorongan, inspirasi, dukungan dan perhatian dari berbagai pihak, maka penulis mampu menyelesaikan tesis ini. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat,

1. Prof. Ahmadi Susilo, M.S, selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan dan pengetahuan tentang penulisan tesis. Beliau juga yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan selama penyusunan tesis dan penulisan untuk penerbitan jurnal internasional.
2. Dr. Ir. Hary SastryaWanto MS selaku dosen pembimbing yang telah memberikan masukan-masukan yang sangat berarti demi perbaikan tulisan ini sehingga sangat membantu penulis dalam menyelesaikan tulisan ini.
3. Dr. Ir. Rr. Nugrahaini SW,MS, Ketua Program Studi dan sekaligus sebagai dosen penguji yang sudah memberikan dukungan, koreksi dan masukan serta arahan dalam penulisan tesis ini.

4. Dr. Ir. Sri Rahayu ,MS; selaku dosen Penguji yang memberikan koreksi, masukan dan arahan dalam penulisan tesis ini.
5. Dr. Ir. Markus Patiung, MS, Wakil Dekan Fakultas Pertanian yang telah memberikan dukungan dari awal sampai akhir penulis menempuh jenjang pendidikan ini.
6. Seluruh Responden yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang dengan keikhlasan hati telah membatu memberikan waktu dan informasi guna melengkapi data yang penulis butuhkan
7. Ibunda Sri Ayati dan Ayahanda tercinta Bpk H Soejidno yang senantiasa mendukung dan berdoa untuk keselamatan, kesehatan, kesejahteraan dan kesuksesan anak-anak dan cucunya.
8. Dr Berman Surriadi, ST, MSi, yang dengan kerendahan, kebaikan dan keikhlasan hati telah memberikan dukungan serta memberikan inspirasi untuk penulisan tesis ini.
9. Anak-anakku, M. Iqbal Lahdji dan Nadia Lahdji yang menjadi kekuatan dan telah memberi warna dalam hidupku serta Saudara-saudaraku terkasih, Teguh Ratno Sukarno, Adi Ratno Wibowo, Nining Sri Hastuti dan Devonita SW
10. Sahabat-Sahabat terindah yang telah banyak membantu Ruswanto Budi Wibowo, Suhermawati, Wiwit, Kurniati, Novi, Imam Nurul Hidayat, Riagus, Emy, Nuril, Susi.
11. Rekan-rekan seperjuangan, Mahasiswa Pasca Sarjana Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma
12. Para staf akademik dan administrasi serta berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga tesis ini dapat memberikan sedikit kontribusi bagi dunia akademis dan praktisi dalam mengembangkan kegiatan kewirausahaan di sektor industri kreatif di Indonesia.

Surabaya, 11 Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK	iii

ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Usaha Mikro dan Menengah (UMKM)	14
2.1.1. UMKM Agroindustri	18
2.2. Ekonomi Kreatif	19
2.3. Industri Kreatif	20
2.3.1. Sub-sektor Industri Kreatif	22
2.4. Inovaasi	24
2.4.1. Inovasi produk	25
2.5. Orientasi Pasar	29
2.6. Budaya Organisasi (Budaya Perusahaan)	38
2.7. Keunggulan Bersaing	41
2.8. Kinerja Usaha	42
2.9. Penelitian Terdahulu	43
2.10. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	50

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	57
3.1. Tipe, Pendekatan dan Jenis Penelitian	57
3.2. Desain Penelitian	58
3.3. Lokasi Penelitian	59
3.4. Objek Penelitian	60
3.4.1. Populasi	60
3.4.2. Sampel	61
3.5. Teknik Penarikan Sample	62
3.6. Sumber Data.....	62
3.7. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	64
3.8. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	68
3.8.1. Pengolahan Data	68
3.8.2. Metode Analisa Data	71
3.9. Definisi Operasional	78
3.10. Pengukuran Variabel	82
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	84
4.1. Deskripsi Lokasi Penelitian	84
4.1.1. Keadaan Geografis	84
4.1.2. Keadaan Administratif	86
4.1.3. Keadaan Perekonomian	87
4.2. Gambaran Umum Obyek Penelitian	90
4.2.1. Profil Industri Kreatif Agrikultural	

Kabupaten Bojonegoro	90
4.3. Karakteristik Responden	101
4.4. Analisis Data	103
4.4.1. Analisis Dekriptif	103
4.4.2. Analisis Pengaruh	108
4.4.2.1. Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	108
4.4.2.2. Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	123
4.4.2.3. Hasil Bootstrapping	129
4.5. Ringkasan Singkat Koefisien Jalur (Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung)	133
4.6. Pengujian Hipotesis	134
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	143
5.1. Kesimpulan	143
5.2. Saran	145
DAFTAR PUSTAKA	14

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Kriteria UMKM Indonesia	16
Tabel 2.2. 16 Sub sektor Industri Kreatif Indonesia	23
Tabel 2.3. State of The Art	43
Tabel 3. 1. Desain Penelitian	59
Tabel 3.2. Alternatif Jawaban	65
Tabel 3. 3. Kisi-Kisi Keterkaitan Antara Inovasi Produk, Orientasi Pasar	

	dan Budaya Organisasi dan Keunggulan Bersaing	70
Tabel 3.4.	Interval Tingkat Hubungan	76
Tabel 3.5.	Dimensi-Dimensi Variabel	
	Independen Orientasi Kewirausahaan	78
Tabel 4.1.	PDRB Atas Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha	88
Tabel 4.2.	Data Responden	101
Tabel 4.3.	Analisa Deskriptif Variabel Inovasi Produk	103
Tabel 4.4.	Analisa Deskriptif Variabel Budaya Organisasi	106
Tabel 4.5.	Analisa Deskriptif Kinerja Usaha	107
Tabel 4.6.	Analisa Deskriptif Variabel Keunggulan Bersaing	107
Tabel 4.7.	Sebelum Di Modifikasi	115
Tabel 4.8.	Setelah Dimodifikasi	116
Tabel 4.9.	Diskriminan Validity Inovasi Produk	117
Tabel 4.10.	Diskriminan Validity Orientasi Pasar	117
Tabel 4.11.	Diskriminan Validity Budaya Organisasi	118
Tabel 4.12.	Diskriminan Validity Keunggulan Bersaing	119
Tabel 4.13.	Diskriminan Validity Kinerja Usaha	120
Tabel 4.14.	Diskriminan Validity Inovasi Produk	120
Tabel 4.15.	Diskriminan Validity Orientasi Pasar	121
Tabel 4.16.	Diskriminan Validity Budaya Organisasi	121
Tabel 4.18.	Diskriminan Validity Keunggulan Bersaing	122
Tabel 4.19.	Diskriminan Validity Kinerja Usaha	122
Tabel 4.20.	Nilai Komposit / Composit Reliability	123
Tabel 4.21.	Nilai Cronbach Alpha	123

Tabel 4.22.	Analisa R Square	124
Tabel 4.23.	Construct Crossvalidated Redudancy	125
Tabel 4.24.	Construct Crossvalidated Comunaliti Total	125
Tabel 4.25.	Total Crossvalidated Redudancy	126
Tabel 4.26.	Total Crossvalidated Comunaliti	127
Tabel 4.27.	F SQUARE (F ²)	128
Tabel 4.28.	Pengaruh Langsung	129
Tabel 4.29.	Pengaruh Tidak Langsung	131
Tabel 4.30.	Pengaruh Total	131
Tabel 4.31.	Tabel Ringaksan Singkat Koefisien Jalur	133

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1.	Mengapa Industri Kreatif Perlu di Kembangkan	22
Gambar 2.2.	Kerangka Pemikiran Pengaruh Inovasi, Orientasi Pasar dan Budaya Organisasi secara Partial terhadap Kinerja Usaha secara langsungMaupun Tidak Langsung dengan variabale intervening Keunggulan Bersaing	56
Gambar 2.3.	Kerangka Pemikiran Pengaruh Inovasi, Orientasi Pasar dan Budaya Organisasi secara Simultan terhadap Kinerja Usaha secara langsung Maupun Tidak Langsung dengan	

variabel intervening Keunggulan Bersaing	56
Gambar 3.1. Diagram Jalur	76
Gambar 3.2. Analisis Model Persamaan Struktural	77
Gambar 4. 1. Peta Wilayah Administrasi Kabupaten Bojonegoro	87
Gambar 4.2. Model PLS 1	1100
Gambar 4.3. Output Inovasi Produk (X1)	110
Gambar 4.4. Output Orientasi Pasar (X2)	111
Gambar 4.5. Output Budaya Organisasi (X3)	112
Gambar 4.6. Output Kinerja Usaha (Y)	113
Gambar 4.7. Output Keunggulan Bersaing (Z)	113
Gambar 4.8. Model PLS Setelah Dimodifikasi	114
Gambar 4.9. Grafik AVE Sebelum Dimodifikasi	115
Gambar 4.10. Grafik AVE Setelah Dimodifikasi	116
Gambar 4.11. Model Uji <i>Discriminant Validity</i> Setelah Dimodifikasi	116
Gambar 4. 12. Bootstrapping	129