

**MODEL PEMBINAAN DAN PENGEMBANGAN KEMAMPUAN INOVASI
PRODUK DAN PERAN *INTERMEDIARY* PADA UKM KERAJINAN
DENGAN PENDEKATAN *STRUCTURAL EQUATION MODELING* (SEM)**

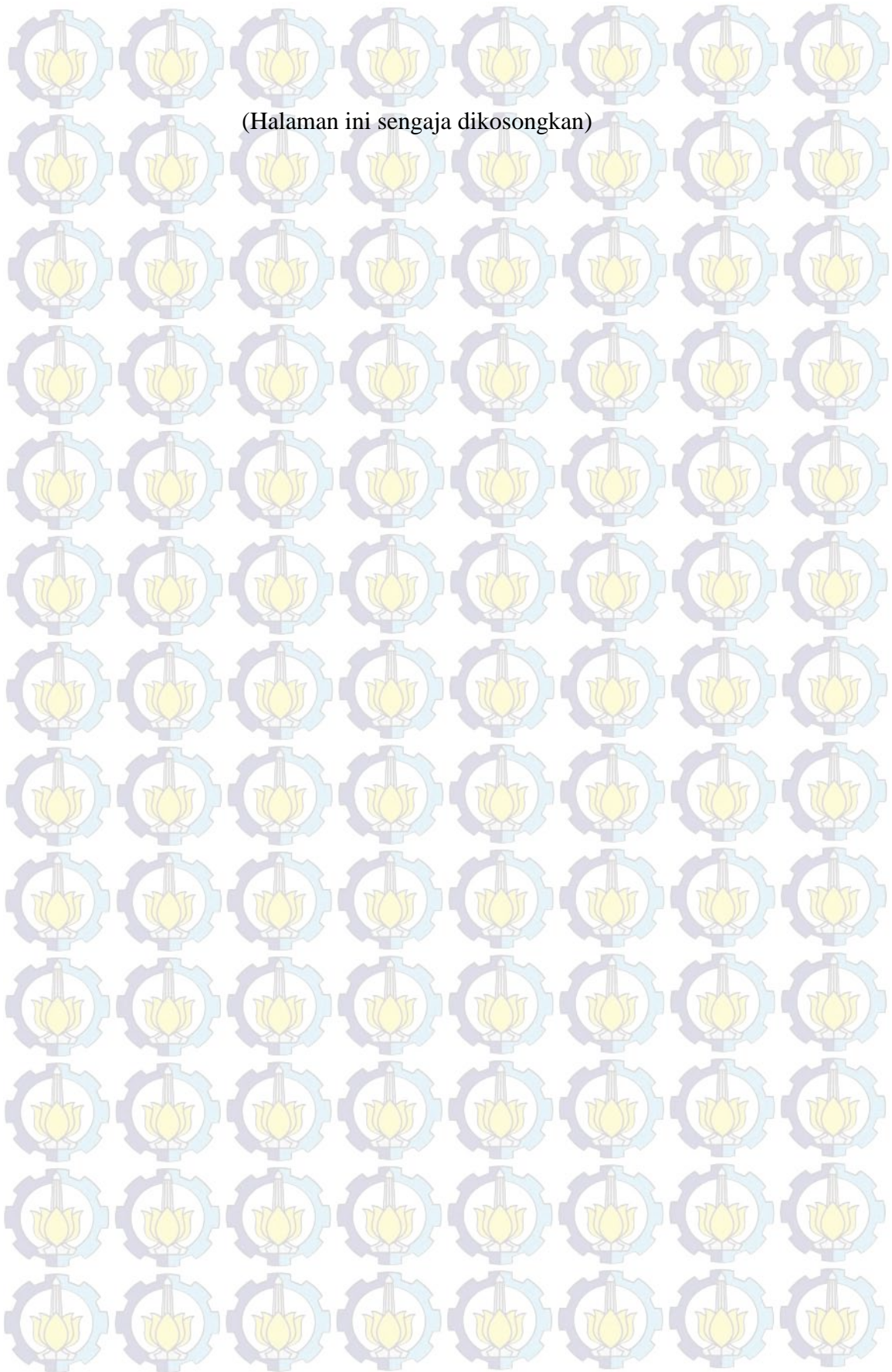
Nama : Taufiqurrahman
NRP : 2509205341
Pembimbing : Prof. Dr. Ir. Udisubakti Ciptomulyono, M.Eng.Sc
Ko - Pembimbing : Dr. Ir. Janti Gunawan, MEngSc., MComIB.

ABSTRAK

Sebagian besar UMKM di Indonesia menghasilkan produk dengan kualitas rendah karena kurangnya kemampuan inovasi. Tampaknya lemahnya kemampuan inovasi pada UMKM salah satunya dapat disebabkan oleh lemahnya peran perantara (*intermediary*) dari pemerintah untuk meningkatkan kemampuan inovasi produk pada UMKM, dalam rangka untuk meningkatkan daya saing mereka. Menurut Lee et al (2010), peran perantara (*intermediary*) dalam industri skala kecil dan menengah ditemukan memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kapasitas inovasi di negara-negara maju, namun di Indonesia penelitian dan survei belum dilakukan secara serius, namun apakah peran ini memiliki dampak yang sama seperti dibandingkan dengan industri skala kecil dan menengah di negara maju. Penelitian ini mengusulkan untuk mempelajari dan mengidentifikasi faktor-faktor apa yang mempengaruhi kemampuan inovasi produk dan mengukur seberapa besar peran penting perantara (*intermediary*) dalam meningkatkan kemampuan inovasi pada UMKM khususnya industri kerajinan tradisional di Indonesia. Untuk melakukannya, Struktural Equation Modeling (SEM) adalah suatu bentuk pendekatan yang dipilih sebagai model konfirmasi yang mampu menguji faktor-faktor kualitatif dan kuantitatif dari pengaruh dan signifikansi hubungan antara variabel laten dan faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan inovasi produk, penelitian ini diusulkan untuk dapat diimplementasikan.

Berdasarkan t-value hasil penelitian diperoleh faktor-faktor yang signifikan mempengaruhi kemampuan inovasi produk (KIP) yaitu peran *intermediary* (PI) sebesar 2,23 dan orientasi pasar (OPS) sebesar 3,02, sedangkan faktor-faktor yang pengaruhnya tidak signifikan yaitu orientasi pembelajaran (OP) sebesar 0,45, kemampuan pimpinan (KP) sebesar 0,48, dan teknologi informasi pemasaran (TIP) sebesar -0,26. Adapun peran *intermediary* (PI) memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap Orientasi Pembelajaran (13,36), Kemampuan Pimpinan (9,37), Teknologi Informasi Pemasaran (10,24), dan Orientasi Pasar (12,85).

Kata Kunci: Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Kemampuan Inovasi Produk, Peran *Intermediary*, *Structural Equation Modeling* (SEM)



(Halaman ini sengaja dikosongkan)