

TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)

**PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN INOVASI TERHADAP
PERSEPSI PENINGKATAN KINERJA UMKM
(STUDI KASUS PADA UMKM CV MEDIA 46 PANGKALPINANG)**



TAPM diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Magister Manajemen

Disusun Oleh :

Sudahwati

NIM 015624755

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS TERBUKA
PANGKALPINANG
2012**

PERNYATAAN

TAPM yang berjudul “ Pengaruh Kepemimpinan dan Inovasi terhadap Persepsi Peningkatan Kinerja UMKM (Studi Kasus pada UMKM CV Media 46 Pangkalpinang) ” adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip ataupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Pangkalpinang, Desember 2012

Yang menyatakan,

Sudahwati

NIM 015624755

ABSTRAK
Pengaruh Kepemimpinan dan Inovasi terhadap persepsi peningkatan Kinerja
UMKM
(Studi Kasus pada UMKM CV Media 46 Pangkalpinang)

Saudahwati
Universitas Terbuka
Sudahwati@gmail.com

Kata Kunci : Kepemimpinan, Inovasi, persepsi peningkatan kinerja .

Penelitian dilakukan pada UMKM CV Media 46 Pangkalpinang sebagai salah satu UMKM pada awalnya berdiri sebagai UMKM berskala usaha mikro, sebagai pelaku usaha yang memproduksi produk unggulan daerah Bangka Belitung yaitu kain cual. Penelitian ini dilakukan dengan melihat aspek kepemimpinan dan aspek inovasi terhadap peningkatan kinerja UMKM dengan menggabungkan beberapa definisi dari teori-teori tentang kinerja.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan data primer guna menjawab hipotesa pengaruh kepemimpinan dan inovasi terhadap persepsi peningkatan kinerja pada UMKM CV Media 46 Pangkalpinang. Variabel yang digunakan adalah variabel independen kepemimpinan dan inovasi sedangkan variabel dependen adalah peningkatan kinerja. Metode analisa data yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas, persamaan regresi, uji hipotesis, dan analisis rasio. Subjek penelitian adalah karyawan/karyawati UMKM CV Media 46 Pangkalpinang yang masih aktif dari bulan Mei sampai dengan September 2012 dengan populasi sebanyak 60 responden, pengolahan data dengan menggunakan Excel dan SPSS.

Hasil penelitian yang diperoleh nilai F hitung sebesar 72.914 dengan probabilitas 0,000 dan nilai signifikan p value 3,873 lebih besar dari nilai α 0,05 artinya secara simultan kepemimpinan dan inovasi berpengaruh terhadap peningkatan kinerja, sedangkan secara parsial nilai uji t terhadap variabel kepemimpinan (X1) sebesar 0,501 dengan probabilitas sebesar 0,000 atau lebih kecil dari α (0,05) artinya secara parsial kepemimpinan berpengaruh terhadap peningkatan kinerja, sedangkan terhadap variabel Inovasi (X2) sebesar 0,562 dengan probabilitas 0,000 lebih kecil dari α (0,05) artinya inovasi berpengaruh terhadap peningkatan kinerja.

ABSTRACT

Innovation Leadership and influence the perception of an increase in
performance of SMEs
(Case Study in Media CV 46 Pangkalpinang SMEs)

Saudahwati
The Open University
Saudahwati@ymail.Com

Keywords: Leadership, Innovation, perception of improved performance.

The study was conducted on 46 Pangkalpinang Media CV SMEs as one of his early MSME MSME stands as a micro-scale, as businesses that produce superior product, namely Bangka Belitung coal cloth. The research was conducted by looking at aspects of leadership and innovation aspects of the performance of SMEs increased by combining multiple definitions of the theories about the performance.

This research is quantitative descriptive study using primary data to answer the hypothetical influence on the perception of leadership and innovation in SMEs performance improvement CV 46 Pangkalpinang Media. The variables used were between leadership and innovation while the dependent variable is the increase in performance. Data analysis method used is the validity and reliability, regression equation, hypothesis testing, and ratio analysis. Subjects were employees / employee CV Media 46 Pangkalpinang SMEs are still active from May to September 2012 with a population of 60 respondents, data processing using Exel and SPSS.

The results obtained calculated F value of 72.914 with a probability value of 0.000 and 3.873 significant p value greater than 0.05 means that the value of α leadership and innovation simultaneously affect the increase in performance, while the partial value of the t test for leadership variables (X1) is 0.501 with a probability of 0.000 or smaller than α (0.05) atinya partially affect leadership performance improvement, while the variable Innovation (X2) of 0.562 with a 0.000 probability is smaller than α (0.05) means that innovations affect the increased the performance.

LEMBAR PERSETUJUAN TAPM

Judul TAPM : Pengaruh Kepemimpinan dan Inovasi terhadap persepsi peningkatan Kinerja UMKM (Studi Kasus pada CV. Media 46 Pangkalpinang)

Penyusun TAPM : Saudahwati

NIM : 015624755

Program Studi : Magister Manajemen

Hari / Tanggal : Minggu, 7 April 2013

Mengetahui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. DEWI HANGGRAENI, SE, MBA
NIP 196701082000032001

Dr. TRI DARMAYANTI
NIP 196004101989032001

Mengetahui,

Ketua
Bidang Ekonomi dan Manajemen,

Direktur Program Pascasarjana,

MAYA MARIA, SE, MM
NIP 197205011999032003

SUCIATI, M.Sc, Ph.D
NIP195202131985032001

UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI : MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN

Nama : Saudahwati
NIM : 015624755
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : Pengaruh Kepemimpinan dan Inovasi terhadap Persepsi Peningkatan Kinerja UMKM (Studi kasus pada UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang)

Telah dipertahankan di hadapan Sidang Panitia Penguji Tesis Program Pascasarjana, Program Magister Manajemen, Universitas Terbuka pada:

Hari/Tanggal : Minggu, 7 April 2013

W a k t u : 13.00 s.d 15.00

dan telah dinyatakan LULUS

PANITIA PENGUJI TESIS

Ketua Komisi Penguji : Drs Syarif Fadilah, M, Si
Tandatangan

Penguji Ahli : Dr. Ignatius Heruwasto
Tandatangan

Pembimbing I : Dr. Dewi Hanggraeni, SE, MBA
Tandatangan

Pembimbing II : Dr. Tridarmayanti, M.A
Tandatangan

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah S.W.T yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya karena atas berkat ridho-Nya jualah, hingga akhirnya saya dapat menyelesaikan penulisan TAPM ini. Penulisan TAPM ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Terbuka. Judul yang saya pilih dilatar belakangi sebagai bentuk rasa cinta, peduli terhadap masyarakat sebagai pelaku usaha dan terus berupaya memberikan solusi agar UMKM dapat mandiri, maju dan berkembang sehingga akhirnya dapat membantu sesama mengatasi kemiskinan. Kepemimpinan dan Inovasi merupakan dua faktor yang sangat penting dapat memberikan arti bagi kehidupan dan kelangsungan hidup sebuah organisasi.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari mulai perkuliahan sampai pada penulisan penyusunan TAPM ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan TAPM ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr.Suciati,Ph.D selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Terbuka;
2. Bapak Dr.Syarif Fadhilah selaku Kepala UPBJJ UT Pangkalpinang selaku penyelenggara Program Pascasarjana;
3. Ibu Dr.Dewi Hanggraeni,SE,MBA selaku Pembimbing I;
4. Ibu Dr.Tri Darmayanti selaku Pembimbing II;
5. Ibu Maya Maria,SE,MM selaku Kabid Program Magister Manajemen selaku penanggung jawab program Pascasarjana Magister Manajemen;
6. Bapak Ir.Budiman Ginting Dpl,SE,MM selaku Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi kepulauan Bangka Belitung dan seluruh rekan-rekan yang telah memberikan motivasi dan inspirasi;
7. Bapak dan Ibu dosen Program Pasca Sarjana;
8. Orang tua, keluarga, kakak, adik dan semua orang yang kusayangi selalu memberikan doa dan harapan serta dukungan;
9. Sahabat-sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan penulisan TAPM ini.

Akhir kata, saya berharap Allah S.W.T berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah memberikan dukungan, semangat serta doa dengan harapan TAPM ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Pangkalpinang, Desember 2012

Peneliti,

Saudahwati

DAFTAR ISI

	Halaman
Pernyataan	ii
Abstrak	iii
Lembar Persetujuan	v
Lembar Pengesahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xiii
Daftar Lampiran	xvi
Bab I. Pendahuluan	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	9
E. Ruang lingkup Penelitian	10
F. Keaslian Penelitian	11
G. Sistematika Penulisan.....	16
Bab II. Tinjauan Pustaka	17
A. Kajian Teori	17
1. Kepemimpinan	17

2. Inovasi	24
3. Kinerja.....	31
4. UMKM	33
B. Kerangka Berfikir	35
C. Hipotesis	36
D. Definisi Operasional	37
Bab III. Metodologi Penelitian	40
A. Desain Penelitian.....	40
B. Populasi dan Sampel	40
C. Prosedur Pengumpulan Data.....	41
D. Instrumen Penelitian	42
E. Metode Analisis Data.....	42
F. Tahapan Penelitian	51
Bab IV. Temuan dan Pembahasan	52
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	52
B. Profil Responden.....	57
C. Hasil Penelitian dan Pembahasan	60
D. Pengujian Hipotesis	89
Bab V. SIMPULAN DAN SARAN	94
A. Simpulan	94
B. Saran	95

DAFTAR PUSTAKA97
LAMPIRAN100

UNIVERSITAS TERBUKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Inovasi.....	31
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	36
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	51
Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV Media 46 Pangkalpinang	53
Gambar 4.2 Profil Responden berdasarkan jenis kelamin	57
Gambar 4.3 Profil Responden berdasarkan tingkat pendidikan.....	58
Gambar 4.4 Profil Responden berdasarkan umur	59
Gambar 4.5 Profil Responden berdasarkan masa kerja	60
Gambar 4.6 Uji Normalitas	86
Gambar 4.7 Partial Regression Plot.....	87

UNIVERSITAS TERBUKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan UMKM Tahun 2007-2011	2
Tabel 1.2 Perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah berdasarkan skala usaha tahun 2007-2011	3
Tabel 1.3 Penelitian-penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.1 Kriteria UMKM	35
Tabel 2.2 Operasional Variabel	38
Tabel 3.1 Pedoman Penilaian Jawaban Responden	42
Tabel 4.1 Volume Penjualan tahun 2000-2011	54
Tabel 4.2 Komposisi Karyawan berdasarkan tingkat pendidikan	55
Tabel 4.3 Perkembangan jenis bahan dan desain batik cual tahun 2007-2011	56
Tabel 4.4 Rekap uji validitas Variabel Kepemimpinan	61
Tabel 4.5 Rekap uji validitas Variabel Inovasi.....	62
Tabel 4.6 Rekap nilai t untuk uji validitas variabel persepsi penilaian kinerja(Y).....	63
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Kepemimpinan, Inovasi dan peningkatan Kinerja.....	64
Tabel 4.8 Analisis Proporsi aset tahun 2007-2011	65
Tabel 4.9 Analisis proporsi kewajiban dan ekuitas tahun 2007-2011	66
Tabel 4.10 Analisis pertumbuhan aset tahun 2007-2011	67
Tabel 4.11 Analisis Quick Ratio tahun 2007-2011	68
Tabel 4.12 Analisis Leverage tahun 2007-2011	68
Tabel 4.13 Analisis Debt Ratio 2007-2012.....	69
Tabel 4.14 Analisis rasio hutang terhadap modal sendiri	70
Tabel 4.15 Analisis Gross profit margin tahun 2007-2011	70
Tabel 4.16 Analisis kuesioner variabel kepemimpinan dan rekap responden	72

Tabel 4.17 Analisis kuesioner variabel inovasi dan rekap responden	78
Tabel 4.18 Analisis kuesioner variabel peningkatan kinerja dan rekap hasil responden	82
Tabel 4.19 Uji Autokorelasi	88
Tabel 4.20 Uji Multikolinearitas	88
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi	89
Tabel 4.22 Nilai F hitung variabel peningkatan kinerja.....	90
Tabel 4.23 Uji t hitung variabel kepemimpinan terhadap peningkatan kinerja.....	91
Tabel 4.24 Uji t hitung variabel inovasi terhadap peningkatan kinerja	92

UNIVERSITAS TERBUKA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata	100
Lampiran 2 Data Primer Kepemimpinan, Inovasi dan peningkatan kinerja.....	101
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	107
Lampiran 4 Validitas dan reliabilitas variabel kepemimpinan	108
Lampiran 5 Validitas dan reliabilitas variabel peningkatan kinerja	109
Lampiran 6 Validitas dan reliabilitas variabel inovasi	110
Lampiran 7 Validitas dan reliabilitas variabel persepsi peningkatan kinerja	111
Lampiran 8 Identitas responden	115
Lampiran 9 Neraca tahun 2007 – 2011	119
Lampiran 10 Rugi laba tahun 2007 – 2011	120

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan nasional mencakup seluruh aspek kehidupan berbangsa dan bernegara yang diselenggarakan secara bersama oleh masyarakat, pemerintah serta dunia usaha. Masyarakat menjadi pelaku utama pembangunan dan pemerintah berkewajiban mengarahkan, membimbing, melindungi serta menumbuhkan suasana dan iklim yang menunjang bagi pelaksanaan pembangunan.

Sesuai dengan amanat ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR-RI/1998 Tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi ekonomi Usaha Mikro Kecil dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang dan berkeadilan.

Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan dan pengembangan usaha yang seluas-luasnya agar mampu meningkatkan peran, kedudukan dan potensi dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi.

Tujuan pemberdayaan UMKM adalah mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan, menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri

dan meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan rakyat dari kemiskinan, hal ini sejalan dengan pendapat Uno (2012:123) mengatakan bahwa semakin banyak *entrepreneur* yang baru secara tidak langsung akan membawa pertumbuhan ekonomi luar biasa (*Equilibrium Magz*).

Hal ini sejalan amanah yang terkandung dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, perkembangan UMKM secara Nasional dan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung selama periode 2007-2011 sebagaimana tercantum pada tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1.1 Perkembangan UMKM Tahun 2007 – 2011

No.	Tahun	Provinsi Kepulauan Bangka Belitung		Nasional		Perbandingan
		Jumlah	Prosentase	Jumlah	Prosentase	
1.	2007	217.400	-	49.608.953	-	
2.	2008	241.345	34,53 %	51.409.612	3,63 %	0,50 %
3.	2009	248.585	3,00 %	52.176.795	1,49 %	0,48 %
4.	2010	264.808	6,53 %	53.823.732	3,16 %	0,50 %
5.	2011	296.788	12,08 %	55.206.000	2,57 %	0,54 %
	Rata-rata	253.785	14,04%	52.445.018	2,71%	0,51%

Sumber : Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia dan Dinas Koperasi UMKM Provinsi Kepulauan Bangka Belitung tahun 2012

Dari data di atas perkembangan UMKM sebagai pelaku usaha mengalami peningkatan yang cukup signifikan dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 14,04% per tahun dan kontribusi UMKM dari Provinsi Kepulauan Bangka Belitung sebesar 0,51% dibandingkan pertumbuhan UMKM se Indonesia. Ini menunjukkan masih rendahnya tingkat pertumbuhan UMKM dan perlunya dukungan dan langkah-langkah strategis dari semua pihak agar UMKM terus bertumbuh dan semakin berkualitas khususnya di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja dalam kurun waktu 5 tahun terakhir rata-rata sebesar 90,32% dari total tenaga kerja yang ada di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung tahun 2011 sejumlah 587.721 orang.

Perkembangan UMKM di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung berdasarkan skala usaha dari tahun 2007-2011 sebagai berikut:

Tabel 1.2
Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah berdasarkan skala usaha Tahun 2007-2011

Tahun	Jumlah UMKM (Unit)	Usaha Mikro (Unit)	%	Usaha Kecil (Unit)	%	Usaha Menengah (Unit)	%
2007	217.400	134.766	61,99	81.883	37,66	751	0,35
2008	241.345	158.635	65,73	81.951	33,96	759	0,31
2009	248.585	163.394	65,62	84.410	33,91	781	0,31
2010	264.808	173.470	65,51	89.622	33,84	1.716	0,65
2011	296.788	179.391	74,82	89.622	33,84	704	0,24
Rata-rata	253.785	161.931	66,73	85,50	34,64	942,2	0,37

Sumber : Dinas Koperasi UMKM Provinsi Kepulauan Bangka Belitung tahun 2012

Dari tabel di atas dalam kurun waktu tahun 2007 sampai dengan tahun 2011 didominasi oleh usaha mikro yang relatif stabil dengan rata-rata kontribusi sebesar 66,73% namun ditahun 2011 kontribusi usaha mikro meningkat drastis yaitu sebesar 74,82% atau meningkat sebesar 9,31% dibandingkan tahun 2009. sedangkan kontribusi usaha kecil tahun 2007 sampai dengan tahun 2011 relatif stabil yaitu rata-rata sebesar 34,64% dan pada usaha menengah terjadi kontribusi yang tidak stabil pada tahun 2011 adanya penurunan yang cukup drastis sebesar 0,41% bila melihat perkembangan dan kontribusi dari tahun ketahun pertumbuhan didominasi oleh usaha mikro bertumbuh tiap tahun rata-rata sebesar 66,73%.

Dengan adanya perkembangan ini diharapkan dapat menciptakan *entrepreneur* di Indonesia dengan target minimal 2% dimana saat ini target *entrepreneur* baru mencapai 1,56% pada tahun 2012 sangat rendah bila dibandingkan dengan negara Amerika sebesar 12%, Jepang 10%, Cina 11%, Singapura 7% dan Malaysia 5% menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2012).

Berdasarkan uraian diatas, keberadaan UMKM selaku pelaku usaha perlu terus dikembangkan mengingat besarnya peranan dan kontribusinya terhadap perekonomian, namun dalam kondisi globalisasi saat ini diperlukan pemimpin/pelaku-pelaku usaha yang memiliki jiwa wirausaha (*entrepreneur*).

Menurut Schumpeter (1934) dalam Rahman (2006:10) bahwa tidak setiap pengusaha adalah *entrepreneur*, dibedakan antara kapitalis perannya mengakumulasi (*to accumulate*) para ahli teknologi perannya menemukan sesuatu (*to invent*) dan *entrepreneur* perannya sebagai pembaharu (*to inovate*). Inovasi merupakan sentral bagi organisasi yang ingin berkompetisi .

“Inovasi adalah suatu bentuk perubahan dari sesuatu hal, baik yang bersifat inkremental (sedikit demi sedikit) maupun perubahan radikal”, (McKeown 2008) dalam (Ancok 2012:35) dan menurut Ciputra dalam Riana (2012:48) ada tiga ciri utama seorang *entrepreneur* yaitu pertama memiliki “mata” masa depan yang tajam, mampu melihat sebuah peluang bisnis, berjiwa visioner, kedua seorang *entrepreneur* adalah seorang inovator, ketiga *entrepreneur* adalah seorang *risk taker* berani memikul “resiko” baik resiko finansial (resiko rugi) maupun resiko mental (dianggap gagal), seorang yang mempunyai mimpi, bersemangat, berani malu dan juga berani terkenal.

Dalam situasi global Hanggraeni (2012:13) menyatakan tantangan dan peranan seorang *entrepreneur* dalam mengelola sumber daya manusia sangat

penting, tantangan semakin besar dan beragam, tidak hanya datang dari sisi manusia saja tapi juga dari sisi lain seperti sisi bisnis dan lingkungan. Hal ini sejalan dengan pendapat Schumpeter (1934) dalam Rahman (2006:17) dimana hanya perusahaan yang mampu menghasilkan barang dan jasa berkualitas kelas dunia (*word class*) yang dapat bersaing secara global.

Ada tiga aspek penting yang mempengaruhi daya saing UMKM yakni faktor internal perusahaan lingkungan eksternal perusahaan dan pengaruh dari pengusaha/pemilik. Dalam rangka memenangkan persaingan global tersebut diperlukan kepemimpinan yang siap menghadapi perubahan dan inovasi yang menjadi isu penting untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*), inovasi menjadi salah satu kata kunci yang paling penting untuk mencapai keunggulan bersaing (Sylvana & Supriyatna:2011:7.7).

Tantangan bisnis dimasa datang menurut Nawawi (2008:31) sumber daya manusia dan organisasi harus mampu menjangring, menganalisa dan memanfaatkan informasi, mampu memberikan respon yang tepat, mampu memperkecil resiko dan mampu mewujudkan *cost-benefit ratio* yang menguntungkan. Menurut Hanggraeni (2012:209) agar perusahaan tetap eksis ada beberapa langkah antara lain membangun rencana suksesi oleh manajemen sendiri, mengidentifikasi kebutuhan organisasi akan *leadership* dimasa yang akan datang, mendengarkan *review* karyawan untuk mendapatkan *feedback*, mengidentifikasi masalah-masalah, peluang-peluang dan mengidentifikasi kompetensi, mengidentifikasi bakat potensial dari karyawan, mengimplementasikan program pelatihan, mentoring dan pembinaan baik formal maupun informal.

Dalam perubahan organisasi baik yang terencana maupun tidak terencana, aspek yang terpenting adalah perubahan individu, perubahan pada individu ini tidaklah mudah tetapi harus melalui proses. Pemimpin sebagai panutan dalam organisasi, perubahan harus dimulai dari tingkat yang paling atas (pemimpin) diperlukan pemimpin yang reformis yang mampu menjadi motor penggerak perubahan (*transformation*), sesuai yang dikemukakan Maulana (2012:93) “kepemimpinan transformasional bersifat “mengubah “ yaitu mengubah budaya dan strategi organisasi menjadi lebih sehat dan memiliki interaksi yang baik dengan lingkungan.”

Berdasarkan teori kepemimpinan transformasional yang dikemukakan oleh Bass & Avolio (2007) dalam Ancok (2012:60) meyakini bahwa seorang pemimpin transformasional memiliki kemampuan untuk menginspirasi pekerja (*inspirational motivation*), mengajak orang untuk memajukan perusahaan melalui gagasan inovatif, merangsang orang untuk berpikir (*intellectual stimulation*) dan mencoba gagasan baru, menjadi suri tauladan dalam perilaku inovasi (*idealized influence*) sehingga pekerja tergerak untuk berinovasi.

Menurut Bass (1996:997) dalam Yulk (2009:306) bahwa kepemimpinan transformasional dianggap efektif dalam situasi atau budaya terdapat tiga aspek penting dalam kepemimpinan transformasional menurut Rosabeth (2001) dalam Ancok (2012:121) dengan istilah *meaning*, *membership* dan *mastery*. Hal ini sesuai dengan konsep kepemimpinan awal abad ke XXI adanya perubahan yang mendasar mengenai paradigma kepemimpinan, tuntutan kepemimpinan saat ini adalah kepemimpinan dalam *team work* (*teamwork leadership*) adalah memiliki visi dan misi bersama dalam memajukan suatu organisasi (Bahaudin, 2003:365). Harapan akhir tentunya akan dapat meningkatkan kinerja (*performance*)

Menurut Ancok (2012:119) peran seorang pemimpin (*leader*) dan inovasi (*innovation*) sangat menentukan bagi pertumbuhan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Penulis menyimpulkan bahwa dalam mendukung keberhasilan UMKM diperlukan pengelolaan manajemen sumber daya manusia, karena merupakan aset yang sangat penting diperlukan (pemimpin) yang berorientasi masa depan, memiliki keunggulan bersaing dan inovatif yang akhirnya akan berdampak terhadap kinerja UMKM.

UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang merupakan salah satu pelaku usaha berhasil yang awal berdirinya merupakan usaha yang berskala mikro yang diharapkan menjadi usaha menengah bergerak dalam usaha melestarikan produk unggulan daerah (khas) melalui produksi kain/bahan dan baju batik cual sebagai salah satu produk unggulan di Provinsi Bangka Belitung. Sesuai dengan kriteria dalam undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 dan Biro pusat statistik untuk menjadi usaha menengah sebagai berikut :

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah);
3. Memiliki karyawan minimal 100 orang.

Untuk memenuhi kriteria di atas ada beberapa item yang belum terpenuhi pada UMKM CV Media 46 Pangkalpinang yang dapat dibedakan kedalam beberapa aspek yaitu : pada aspek kepemimpinan antara lain belum memiliki uraian tugas secara tertulis (*job discription*), penerapan manajemen masih tradisional, masih

menggunakan konsep *one man show*, belum menerapkan fungsi-fungsi manajemen secara optimal, belum menerapkan *reward and punishment* terhadap karyawan, dari aspek inovasi belum memiliki fasilitas produksi sendiri, lokasi produksi masih diluar kota, terbatasnya outlet lokal maupun nasional, jaringan kemitraan yang masih terbatas dengan demikian perlu dilakukan penelitian apakah terdapat pengaruh kepemimpinan dan inovasi terhadap persepsi peningkatan kinerja pada UMKM CV Media 46 Pangkalpinang.

B. Perumusan Masalah

Kepemimpinan dan inovasi merupakan faktor penting dalam menentukan kinerja suatu perusahaan. Kepemimpinan merupakan kemampuan untuk mempengaruhi, menggerakkan, dan mengarahkan suatu tindakan pada diri seseorang atau sekelompok orang untuk tujuan tertentu. Inovasi merupakan hasil karya pemikiran baru yang diterapkan dalam kehidupan manusia. Sedangkan kinerja merupakan hasil kerja atau prestasi kerja.

Permasalahan yang dapat diidentifikasi pada UMKM CV Media 46 beberapa permasalahan, seperti penerapan manajemen *one man show*, tuntutan konsumen terhadap motif dan desain terbaru serta pelayanan yang cepat, lokasi pabrik terletak di luar daerah Bangka Belitung, terbatasnya kualitas sumber daya manusia, serta terbatasnya wilayah pemasaran dan kecenderungan harga yang relatif tinggi.

Dari latar belakang permasalahan-permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kepemimpinan terhadap persepsi peningkatan kinerja UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang?

2. Bagaimana pengaruh inovasi terhadap persepsi peningkatan kinerja UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang?
3. Bagaimana pengaruh kepemimpinan dan inovasi terhadap persepsi peningkatan kinerja UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepemimpinan terhadap persepsi peningkatan kinerja UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap persepsi peningkatan kinerja UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepemimpinan dan inovasi terhadap persepsi peningkatan kinerja UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat secara praktisi dan teoritis :

1. Dari sisi praktis
 - a. Pemerintah, diharapkan dapat membuat kerangka acuan kebijakan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) secara sinergis bersama *stakeholder* dimasa yang akan datang menjadikan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang maju dan berkembang yang siap bersaing dengan pelaku-pelaku usaha lainnya.
 - b. Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), mampu membuka wawasan, menjadi motivasi, dan segera melakukan pembenahan baik secara internal maupun eksternal agar memiliki daya saing sehingga dapat lebih berperan sebagai pelaku usaha, terus eksis menyesuaikan diri dengan

perubahan yang terus terjadi yang sulit diprediksi dalam persaingan-persaingan yang semakin ketat.

2. Dari sisi Teoritis

Peneliti lain penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis berupa konsep-konsep maupun model-model yang lain serta hasil analisis untuk penyempurnaan penelitian selanjutnya mengenai masalah kepemimpinan dan inovasi sebagai upaya peningkatan kinerja UMKM baik secara sosial ekonomi maupun sosial kemasyarakatan.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan dan inovasi terhadap persepsi peningkatan kinerja UMKM dengan lokus pada CV. Media 46 di Pangkalpinang dengan ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian ini menggali lebih dalam pengaruh kepemimpinan dan inovasi terhadap persepsi peningkatan kinerja UMKM dengan studi kasus pada UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang dalam penelitian ini variabel independen adalah kepemimpinan (X1) dan Inovasi (X2) sedangkan variabel dependen adalah persepsi peningkatan kinerja UMKM.
2. Penelitian terhadap persepsi peningkatan kinerja dilakukan dengan data sekunder mulai tahun 2007-2011 dan data primer mulai bulan Mei sampai dengan September 2012.

F. Keaslian Penelitian

Penelitian pengaruh kepemimpinan dan inovasi terhadap kinerja dengan studi kasus pada UMKM dan birokrasi telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya sebagaimana tercantum pada tabel 1. 3 di bawah ini:

Tabel 1.3
Penelitian-Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian	Peneliti dan Tahun	Uraian	Metode penelitian dan Hasil Penelitian
Pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja birokrasi Pemerintah Daerah Bangka Selatan	Maulana (2012)	Mengetahui pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja birokrasi dijabarkan dalam 4 dimensi (efisiensi, efektivitas, ekuitas dan responsivitas) dengan desain penelitian <i>explanatory survey</i> dengan sampel 360 responden	Menggunakan teknik analisis data SEM (<i>Structural Equation Modelling</i>) hasil bahwa variabel kepemimpinan transpormasional berpengaruh positif sebesar 73,63% terhadap kinerja birokrasi Pemerintah Bangka Selatan.
Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Kinerja Operasional pada UKM di Desa Wukisari, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul.	Ratna (2012)	Mengetahui pengaruh strategi inovasi dengan variabel orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, sumber inovasi internal, sumber inovasi eksternal dan investasi terhadap kinerja operasional pada UKM di Desa Wukisari, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul.	Analisis kuantitatif dengan regresi berganda dengan hasil semua variable startegi inovasi berpengaruh terhadap kinerja operasional UKM namun inovasi proses memiliki pengaruh yang rendah terhadap kinerja operasional.

Tabel 1.3 Penelitian-Penelitian Terdahulu (lanjutan)

Judul Penelitian	Peneliti dan Tahun	Uraian	Metode penelitian dan Hasil Penelitian
Pengaruh Kepemimpinan dan Inovasi terhadap Kinerja, Study Kasus pada PT Betawi Mas Cemerlang	Kurniadi, (2011)	Meneliti pada perusahaan yang bergerak dibidang percetakan tentang kepemimpinan ,inovasi terhadap kinerja karyawan.	Menggunakan pengujian hipotesis kuantitatif dan asosiatif dengan sampel random sampling, dengan uji regresi sederhana dan regresi berganda, dengan pendekatan SPSS hasil menyatakan bahwa kepemimpinan dan inovasi memiliki hubungan dan berpengaruh signifikan terhadap kinerja
Pengaruh Gaya kepemimpinan transformasional terhadap motivasi kerja karyawan(pada PT Trade Servistama Indonesia Tangerang)	Torisa (2011)	Menganalisis pengaruh gaya kepemimpinan transformasional terhadap 26 responden	Menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan uji korelasi menggunakan <i>Product Moment</i> dan <i>alpa cronbach</i> hasil uji korelasi bahwa Variabel kepemimpinan transformasional secara langsung memiliki hubungan yang kuat terhadap motivasi kerja karyawan baik secara parsial maupun secara simultan.

Tabel 1.3 Penelitian-Penelitian Terdahulu
(Lanjutan)

Judul Penelitian	Peneliti dan Tahun	Uraian	Metode penelitian dan Hasil Penelitian
Analisis Strategi Inovasi dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan	Soleh, (2008)	Menganalisis pengaruh antar variabel guna menjawab pertanyaan permasalahan bagaimana strategi inovasi UKM di Kota Semarang yang akan meningkatkan kinerja perusahaan.	Orientasi kepemimpinan terbukti berpengaruh positif terhadap strategi investasi, dan berpengaruh langsung pada tingkat investasi dan kinerja perusahaan. Strategi inovasi terbukti berpengaruh positif terhadap tingkat investasi dan tingkat investasi berpengaruh terhadap kinerja
Pengaruh Struktur Organisasi, Budaya Organisasi, Kepemimpinan, Aliansi Strategis terhadap Inovasi Organisasi dan Kinerja Organisasi Hotel Bintang Tiga di Jawa Timur	Suaedi (2005)	Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi organisasi dan pengaruhnya terhadap kinerja hotel bintang tiga di Jawa Timur. Faktor-faktor tersebut adalah organisasi struktur, budaya organisasi, aliansi, strategis dan kepemimpinan	Model analisis yang dipergunakan adalah <i>Structural equation Modelling</i> (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur, budaya, kepemimpinan dan aliansi strategis berpengaruh langsung positif signifikan terhadap inovasi organisasi dan struktur, budaya, kepemimpinan, aliansi strategis dan inovasi berpengaruh langsung positif signifikan terhadap kinerja organisasi.

Penelitian-penelitian terdahulu pada umumnya menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda kecuali pada penelitian Maulana (2012) dan Suaedi (2005) menggunakan analisis *SEM (Structural Equation Modelling)* meneliti kinerja birokrasi dan kinerja karyawan dan Falih,S (2005) meneliti pengaruh struktur, budaya, kepemimpinan aliansi strategis dan inovasi terhadap kinerja.

Pada penelitian Priasmita (2012) menganalisis (orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, sumber inovasi internal dan sumber inovasi eksternal) terhadap kinerja operasional kepada UKM, hasil pada uji t didapat hanya variabel inovasi internal berpengaruh signifikan terhadap kinerja sedangkan pada uji F variabel independen secara serentak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Penelitian Kurniadi (2011) meneliti pengaruh kepemimpinan dan inovasi terhadap kinerja kepada UKM yang bergerak di bidang percetakan, dengan penelitian asosiatif melalui survei dengan uji regresi bahwa kepemimpinan memiliki hubungan dan berpengaruh signifikan terhadap kinerja, dan inovasi berpengaruh memiliki pengaruh langsung yang signifikan serta secara simultan kepemimpinan dan inovasi memiliki hubungan dan berpengaruh signifikan terhadap kinerja.

Soleh (2008) menganalisis strategi inovasi dan dampaknya terhadap kinerja perusahaan pada UKM menggunakan alat uji regresi data panel hasil bahwa orientasi kepemimpinan terbukti berpengaruh terhadap strategi investasi dan berpengaruh langsung pada tingkat investasi dan kinerja perusahaan, strategi inovasi terbukti berpengaruh positif terhadap tingkat investasi dan tingkat investasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan Maulana (2012) menggunakan analisa *SEM* (*Structural equation Modelling*) kepada 386 responden hasil menyatakan bahwa pertama pengaruh kepemimpinan meningkatkan kinerja, kedua kepemimpinan transformasional merupakan pilihan utama/ lebih dominan dibandingkan dengan kepemimpinan transaksional, dengan menerapkan kepemimpinan transformasional ketercapaian kinerja pemerintah lebih dari harapan (*beyond expectation*) dan penelitian ini mendukung konsep yang diajukan oleh Bass & Riggio (2006) dalam Maulana (2012:254) bahwa berbagai aspek kepemimpinan itu bisa diterapkan secara bersamaan, namun dengan penekanan pada kepemimpinan transformasional yang lebih dominan dibandingkan dengan kepemimpinan transaksional.

Dari beberapa hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar variabel kepemimpinan memiliki hubungan dan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan maupun kinerja organisasi yaitu pada Maulana (2012), Torisa (2011) dan Suaedi (2005), untuk variabel inovasi terdapat pada penelitian Ratna (2012), Kurniadi (2011) dan Soleh (2008).

Perbedaan peneliti dengan penelitian diatas adalah pada lokus penelitian yaitu UMKM CV Media 46 kepada 60 respondents di Pangkalpinang Provinsi Kepulauan Bangka Belitung tentang Pengaruh Kepemimpinan dan Inovasi Terhadap persepsi peningkatan Kinerja UMKM dengan menggabungkan konsep/teori tentang definisi kinerja, menggunakan pendekatan konsep kepemimpinan (transformasional) dan inovasi dengan persektif (inovasi proses, inovasi metode, inovasi struktur organisasi, inovasi dalam hubungan dan inovasi strategi) terhadap persepsi peningkatan kinerja UMKM disertakan dengan analisa keuangan yaitu dengan analisis Vertikal, analisis Horizontal dan analisis Rasio.

Sedangkan persamaannya secara garis besar menggunakan metode survei dan dianalisa menggunakan analisa regresi berganda .

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari Bab I sampai dengan Bab V yang tersusun secara sistematis sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, keaslian penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Membahas mengenai pandangan teoritis tentang kepemimpinan, inovasi, persepsi peningkatan kinerja UMKM, kerangka berpikir hipotesis dan definisi operasional.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Membahas desain penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, prosedur pengumpulan data, variabel penelitian definisi konsep dan operasional, metode pengumpulan data, metode analisis data serta tahapan penelitian.

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Menyajikan hasil penelitian dan pembahasan terkait dengan kajian teori dan teknik analisa data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Memuat kesimpulan hasil penelitian dan saran bagi praktisi dan teoritis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Kepemimpinan

Kepemimpinan menurut Yukl (2009:8) adalah “Proses untuk mempengaruhi orang lain untuk memahami dan setuju dengan apa yang perlu dilakukan dan bagaimana tugas itu dilakukan secara efektif, serta proses untuk memfasilitasi upaya individu dan kolektif untuk mencapai tujuan bersama, Kartono (2010:51) kepemimpinan adalah “Sekumpulan dari serangkaian kemampuan dan sifat-sifat kepribadian, termasuk didalamnya kewibawaan untuk dijadikan sebagai sarana dalam rangka menyakinkan yang dipimpinnya agar mereka mau dan dapat melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya dengan rela, penuh semangat, ada kegembiraan batin serta tidak merasa terpaksa. Menurut Nugraha (2012:1) *Leadership* atau kepemimpinan merupakan suatu kekuatan yang timbul pada diri seseorang untuk mengarahkan orang lain dalam rangka mencapai tujuan yang diharapkan, dipertegas oleh Hersey&Blanchard, dalam Alma (2010:162) betapa pentingnya kepemimpinan merupakan unsur pokok dan sumber yang langka didalam setiap perusahaan. Statistik perusahaan menunjukkan bahwa setiap 100 perusahaan yang baru berdiri, kira-kira 50% gagal dalam tempo dua tahun dan pada tahun kelima hanya 30% yang masih jalan, pada umumnya kegagalan disebabkan oleh kepemimpinan yang tidak efektif, tidak bisa memimpin karyawan, tidak bisa bekerja sama dengan orang lain, tidak bisa

mengendalikan/menguasai diri, dan kurang disiplin serta tidak bisa memotivasi karyawan dengan baik.

Beberapa pendapat ahli mengenai kepemimpinan dalam Yukl (2009:4) antara lain sebagai berikut :

- a. Kepemimpinan adalah “prilaku individu yang mengarahkan aktivitas kelompok untuk mencapai sasaran bersama.” (Hemphill & Coons, 1957:7);
- b. Kepemimpinan adalah “kemampuan individu untuk mempengaruhi memotivasi dan membuat orang lain mampu memberikan kontribusinya demi efektivitas organisasi dan keberhasilan organisasi.” (House et. Al. 1999:84);
- c. Kepemimpinan adalah “Proses untuk membuat orang memahami manfaat bekerja bersama orang lain, sehingga mereka paham dan mau melakukannya.” (Drath & Palus, 1994:4);
- d. Kepemimpinan adalah “Cara mengartikulasikan visi, mewujudkan nilai dan menciptakan lingkungan guna mencapai sesuatu.” (Richard & Eigel, 1986:4).

Setiap pemimpin memiliki ciri dan gaya khas tersendiri dalam mempengaruhi orang lain guna melaksanakan tugas. Beberapa pendapat menguraikan tentang ciri pemimpin sebagai berikut :

- a. Fahmi (2012:18) menyatakan bahwa ciri pemimpin sebagai berikut :
 - 1) Memiliki kompetensi yang sesuai dengan zamannya, artinya kompetensi yang dimilikinya sangat berguna untuk diterapkan saat itu, dan kompetensi tersebut diakui dan terbukti dapat mengatasi permasalahan dan dapat mempertahankan kelangsungan perusahaannya;

- 2) Memahami setiap permasalahan secara lebih dalam dibandingkan dengan orang lain, dan mampu memberikan keputusan terhadap permasalahan tersebut;
 - 3) Mampu menerapkan konsep "*the right man on the right place*" secara tepat dan baik, menempatkan seseorang sesuai dengan tempatnya, kemampuan dan kompetensi yang dimiliki.
- b. Covey (1969 dalam Negara:7) menyebut delapan ciri pemimpin sebagai berikut:
- 1) Terus menerus belajar dari pengalamannya;
 - 2) Berorientasi pada pelayanan;
 - 3) Memancarkan energi positif;
 - 4) Mempercayai orang lain;
 - 5) Hidup seimbang;
 - 6) Melihat hidup sebagai petualangan;
 - 7) Sinergistik;
 - 8) Berlatih terus untuk memperbaharui diri.

Kepemimpinan transaksional menurut Bass dan Riggio (2006:4-5) dalam Maulana (2012:9) menekankan pada proses transaksi atau pertukaran (*exchange*) yang terjadi di antara pemimpin, kolega dan bawahan, tawar-menawar seperti *reward* yang dapat diterima dan memenuhi syarat untuk disepakati.

Kepemimpinan transaksional meliputi dua faktor yaitu *contingent reward* dan *management-by-exception* yaitu pencapaian kinerja dapat dicapai sesuai dengan yang direncanakan, fokus pada target untuk mencapai tujuan organisasi tetapi tidak ada nilai kebersamaan.

Adapun ciri kepemimpinan transaksional menurut Ancok (2012:128) sebagai berikut :

- a. Menjelaskan pada karyawan apa yang harus dikerjakan (*clarifies terms of contract*) pemimpin menjelaskan kepada yang dipimpin tentang hal-hal yang harus dilakukan, konsekuensi terhadap penilaian prestasi kerja, kompensasi dan karir apabila pekerjaan dilakukan memenuhi ketentuan kontrak kerja;
- b. Meminta karyawan untuk mematuhi aturan dan standar kerja;
- c. Mengatur kesepakatan kontraktual;
- d. Mengawasi karyawan dalam bekerja untuk memastikan bahwa pekerjaan dilakukan sesuai ketentuan dan efektif;
- e. Mengisolir pekerjaan dari dunia yang berubah;
- f. Memotivasi karyawan dengan menggunakan hadiah yang terkait dengan pelaksanaan tugas;
- g. Menjamin agar hadiah diberikan secara adil, membagikan kompensasi sesuai dengan kontribusi masing-masing karyawan.

Kepemimpinan transformasional menurut Maulana (2012:95) lebih menekankan pada pelibatan pengikut (*follower*) dengan cara memotivasi untuk bersepakat membangun visi dan tujuan bersama (*shared vision and goal*) terhadap suksesnya atau tercapainya target yang telah ditetapkan atau disepakati, dan menurut Leary (2001) kepemimpinan transformasional adalah gaya kepemimpinan yang digunakan oleh seorang manajer bila ingin sesuatu kelompok melebarkan batas dan memiliki kinerja melampaui status *quo* atau mencapai serangkaian sasaran organisasi yang sepenuhnya baru. Konsep awal kepemimpinan transformasional dicetuskan oleh Burn (1978) dalam Fisip

(2009:3.33) munculnya dipicu oleh kebutuhan untuk mengubah cara-cara dalam menjaga kelangsungan hidup organisasi yang menekankan pada proses membangun komitmen terhadap sasaran dan memberi kepercayaan kepada pengikutnya untuk mencapai sasaran tersebut.

Ada beberapa ciri kepemimpinan transformasional menurut Ancok (2012:130) sebagai berikut :

- a. Pengaruh yang diidealkan (*idealized influence*) adalah sifat keteladanan (*role model*) yang ditunjukkan kepada pengikut dan sifat-sifat yang dikagumi pengikut dari pemimpinannya, memberi contoh bagaimana berperilaku, melayani orang lain, menganggap karyawan adalah mitranya, memberikan makna yang terkandung dalam visi perusahaan secara menarik agar secara bersama mewujudkan visi tersebut dengan tulus dan ikhlas;
- b. Stimulasi intelektual (*intellectual stimulation*) adalah sifat menstimulasi para pengikut untuk mengeluarkan ide, gagasan, memberikan tantangan dan pertanyaan agar berolah pikir, mencari sesuatu yang baru dalam melakukan pekerjaan.
- c. Kepedulian secara perorangan (*individual consideration*) adalah ciri pemimpin yang memperhatikan kebutuhan karyawannya untuk maju dan berkembang dalam karier dan kehidupan mereka, pemimpin yang sangat menghargai hasil karya bawahannya;
- d. Motivasi yang inspirasional (*inspirational motivation*) pemimpin memberikan inspirasi dalam bekerja, mengajak karyawan untuk mewujudkan cita-cita, bekerja bukan hanya sarana untuk mendapatkan uang melainkan wahana untuk menemukan kebermaknaan dalam hidup;

Menurut Bass (1995) membagi kepemimpinan kedalam dua gaya, yakni kepemimpinan gaya manajer yaitu kepemimpinan transaksional (*transactional leadership*) dan gaya *leader* atau gaya kepemimpinan transformasional (*transformasional leadership*). Sejalan dengan itu Hikman (1990) dalam Ancok (2012:122) bahwa gaya kepemimpinan dalam organisasi dapat dibedakan dalam dua bentuk, yakni gaya manajer (*transactional leadership*) dan gaya *leader* (*transformasional leadership*), keduanya diperlukan yang membedakan hanya pada kearah mana fokus perhatian pemimpin.

Kepemimpinan transformasional lebih menekankan pada pelibatan pengikut (*follower*) dengan cara memotivasi untuk bersepakat membangun misi dan tujuan bersama (*shared vision and goal*), mendorong membangun tanggung jawab bersama (*shared responsibility*) terhadap suksesnya atau tercapainya target yang telah ditetapkan.

Sedangkan pada kepemimpinan transaksional berorientasi pada cara memimpin yang menekankan pada transaksi atau perubahan yang dapat dicapai antar pemimpin, kolega dan pengikutnya sebagai contoh pada proses produksi, apabila produksi mencapai target maka para pekerja diberikan penghargaan (*reward*) dan sebaliknya bila tidak mencapai target para pekerja tidak diberikan apa-apa bahkan diberikan hukuman (*funishment*).

Menurut Umam (2010:292) kepemimpinan transformasional lahir sebagai jawaban atas tantangan zaman yang menghajatkan perubahan saat ini ia hadir tidak saja didasarkan kebutuhan akan penghargaan dari diri seseorang pemimpin dengan model kepemimpinan, tapi lebih dari itu model kepemimpinan ini menumbuhkan kesadaran pada pemimpin untuk berbuat terbaik sesuai dengan

perkembangan manajemen. Peran utama seorang pemimpin adalah membuat orang yang dipimpin, atau pengikutnya (*followers*), mampu berkembang menjadi pemimpin juga, faktor kunci yang dapat membangun rasa saling percaya dan saling hormat tersebut adalah adanya kedekatan individu akan sangat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Fahmi,(2012:38) menyatakan bahwa ada beberapa tujuan yang diharapkan pada saat perubahan dilakukan yaitu :

- a. Diharapkan organisasi dapat beradaptasi secara cepat dengan perubahan yang terjadi, sehingga berbagai persoalan yang terjadi dapat segera diatasi;
- b. Perubahan yang dilakukan pada sisi manajemen bertujuan untuk menciptakan suatu kinerja yang lebih baik dan itu diharapkan memiliki pengaruh pada peningkatan penjualan dan penambahan profit yang akan diterima;
- c. Penerapan manajemen perubahan diharapkan dapat menampung berbagai keinginan karyawan secara lebih inspiratif dengan dampak yang dirasakan oleh pihak manajemen mampu membangun loyalitas lebih dari karyawan ke perusahaan;
- d. Diharapkan terciptanya suatu efisiensi dan efektivitas yang lebih baik dikemudian hari, sehingga beberapa sisi yang tidak efektif dan efisien dapat dihilangkan.

Perubahan-perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis banyak disebabkan oleh faktor-faktor eksternal organisasi yang bersifat *uncontrollable* sehingga setiap pemimpin bisnis berusaha memahami berbagai dimensi yang mendorong terbentuknya *uncontrollable* tersebut. Pemimpin yang memiliki teknologi dan inovasi rendah akan tergilas oleh pasar dan kehidupan akan sangat menjemukan bila tidak hal-hal yang baru yang dapat memenuhi kebutuhan hidup.

2. Inovasi

Peranan sumber daya manusia menjadi penting dan strategis, tantangan yang dihadapi semakin beragam, beberapa tantangan seperti globalisasi, perkembangan teknologi, relokasi industri, sifat pekerjaan dan demografi tenaga kerja Hanggraeni (2012:13). Perubahan lingkungan strategis ini akan menjadi sumber masalah bila organisasi terlambat beradaptasi dan mengambil langkah strategis yang tepat, salah satu langkah yang tepat adalah melakukan inovasi.

Inovasi menurut Kanter (1996) dalam Ancok (2012:5) adalah sesuatu yang baru, yang membuat terciptanya suasana batin baru karena adanya cara baru untuk memenuhi kebutuhan manusia, maju mundurnya sebuah negara bergantung pada kreatifitas dan inovasi yang dimiliki oleh warga tersebut, bukan lagi banyaknya sumber daya manusia. Mckeown (2008) berpendapat dalam Ancok (2012:35) Inovasi adalah “suatu bentuk perubahan dari sesuatu hal baik yang bersifat inkremental (sedikit demi sedikit) maupun perubahan yang radikal.

Sedangkan menurut Schumpeter dalam Tambunan (2009:93) inovasi adalah “sebagai suatu kombinasi baru dari pengetahuan.” Sesuai pendapat Porter (1998), pandangan bahwa bisnis adalah “sebuah bisnis untuk mengungguli, bukannya saling membantu, telah menjadi dasar mengapa inovasi harus menjadi bagian penting keunggulan.” Hal ini sejalan dengan pendapat Sloane (2007:5) deklarasi inovasi adalah sebuah manifesto bagi perubahan dalam organisasi. Pendapat ini dipertegas Sylvana & Supriyatna (2011:7.7) bahwa inovasi menjadi salah satu kata kunci yang paling penting untuk mencapai keunggulan bersaing.

Keunggulan sebuah organisasi mulai dari tingkatan organisasi kecil sampai organisasi besar ditentukan oleh tiga hal yakni konsep (*consept*),

kompetensi (*competence*) dan koneksi (*connection*). Konsep adalah sebuah gagasan kreatif yang menjadi asal sebuah produk inovatif, organisasi yang hebat adalah organisasi yang kaya dengan konsep dan tanpa henti menghasilkan konsep baru sebagai dasar produk dan layanan inovatif.

Produk yang inovatif, diperlukan adanya kompetensi pada individu dan organisasi. Kompetensi adalah kemampuan yang ada pada diri seseorang atau organisasi berupa pengetahuan, ketrampilan, pengalaman dan sikap kepribadian yang memungkinkan untuk mewujudkan sebuah gagasan menjadi produk, sedangkan koneksi adalah kemampuan individu dan organisasi untuk membangun jaringan hubungan dengan mitra bisnis untuk menyediakan bahan dan peralatan guna mewujudkan gagasan menjadi produk inovatif, dan membina hubungan dengan agen penjualan dan konsumen.

Persaingan menurut Jonas & Sommerlette (1999) perusahaan harus membangun kemampuan inovasi karena berbagai hal berikut :

- a. Hak cipta yang dilindungi undang-undang ternyata semakin sulit diproteksi karena akan ditiru oleh orang lain;
- b. Karyawan yang semakin sering pindah kerja membawa kiat-kiat inovasi yang merupakan rahasia perusahaan ke perusahaan lain;
- c. Kasus merger perusahaan seringkali hanya sekedar cara untuk mencuri inovasi perusahaan lain;
- d. Siklus kehidupan produk (*product life cycle*) dari hari ke hari semakin pendek;

Ada dua jenis perubahan inovasi menurut Ancok (2012:35) yaitu suatu bentuk perubahan yang bersifat inkremental dan perubahan radikal. Perubahan yang inkremental yaitu suatu perubahan yang dilakukan /berbenah/memperbaiki yang sudah ada sedangkan perubahan radikal yaitu perubahan secara menyeluruh, secara totalitas yang sebelumnya belum pernah dilakukan contoh pemakaian system yang baru, penciptaan produk baru.

Berikut terdapat delapan jenis inovasi yaitu :

a. Inovasi proses

Sebuah proses dalam pembuatan suatu produk, atau penyampaian sebuah layanan kepada pelanggan akan memerlukan biaya, waktu dan tenaga baik sebagai penyedia produk maupun sebagai pengguna produk, bagi penyedia produk misalnya proses yang tidak efisien akan membuat sebuah produk terlambat masuk pasar, dan biaya pembuatan produk akan tinggi, bagi pengguna produk, jasa mereka akan mengeluh karena lambatnya pelayanan. Dalam kegiatan operasional sebuah organisasi harus menyederhanakan proses kerja untuk memperoleh efisiensi, atau menerapkan pola proses yang lama dengan menemukan dan menggunakan proses yang baru, kegiatan ini adalah inovasi proses dalam organisasi.

b. Inovasi metode

Inovasi yang dilakukan dengan menggantikan metode/cara-cara lama dengan cara baru agar lebih efektif sebagai contoh dalam metode pembelajaran masa lalu pembelajaran yang berpusat pada dosen (*teacher-based-learning*) kini menjadi metode pembelajaran berbasis mahasiswa (*student-based learning*)

yang akhir-akhir ini dikenal dengan istilah PAIKEM (Pembelajaran Atraktif, Inovatif, Komunikatif, Efektif dan Menyenangkan).

c. Inovasi struktur organisasi

Inovasi juga dilakukan melalui perubahan struktur organisasi yang akhir-akhir ini ditemukan macam-macam model organisasi baru yang merupakan hasil inovasi seperti organisasi lintas fungsi (*cross functional organization*) dan organisasi jaringan (*network organization*).

d. Inovasi dalam hubungan

Hubungan bisnis yang semula mengabaikan peran para pelanggan (*customer*) dan pemasok (*vendor*) membuat biaya bisnis menjadi tinggi, sekarang beralih kepada betapa pentingnya peran konsumen dan pemasok terhadap kelangsungan perusahaan dan berusaha menjalin kemitraan yang saling menguntungkan dalam inovasi hubungan ini sejalan dengan pendapat Gregerson at,all (1997) dalam Oliver (2006:66) menekankan perlunya pemimpin-pemimpin global yang kompeten dengan sumber daya lain yang menghabiskan 50-80 persen dari rata-rata jam kerja untuk berkomunikasi dengan *stakeholde*, sesuai pendapat Chen dalam Gallo (2009:175) Faktor kesuksesan yang utama untuk setiap orang yang berada dalam posisi kepemimpinan adalah kemampuan untuk berkomunikasi dengan penuh hasrat, kejelasan dan keringkasan.

e. Inovasi Strategi

Inovasi strategi adalah suatu perubahan strategi yang dilakukan perusahaan dengan melihat perkembangan-perkembangan, sebagai contoh dahulu orang hanya melihat kedalam dirinya sendiri (*inward looking*) sekarang beralih ke (*outward looking*)

f. Inovasi pola pikir (*Mindset*)

Pola pikir menentukan tindakan apa yang kita ambil dalam menghadapi suatu masalah. Pola pikir bahwa karyawan adalah orang yang malas, tidak bertanggung jawab, hanya mau dapat upah dan kerja seadanya adalah sebuah pola pikir lama dianut dalam ilmu manajemen menurut (Gregor) dengan teori X, kemudian berkembang perubahan pola pikir ke arah positif sebagai teori Y, pekerja dianggap orang yang menyukai pekerjaan, rajin dan bertanggung jawab, inovasi pola pikir ini telah banyak membawa perubahan terhadap *image* pekerja.

g. Inovasi Produk

Pengguna produk menginginkan produk yang multiguna sebagai contoh handphone diawal hanya berfungsi sebagai telepon saja namun sesuai berkembang tuntutan bahwa handphone tidak sekedar telpon namun berkembang sebagai alat yang bermacam-macam fungsi.

h. Inovasi pelayanan

Pelayanan adalah bagian yang sangat penting dari pemasaran produk atau jasa, karena pelayanan menyangkut emosi, waktu, perilaku. Perusahaan akan selalu berinovasi agar pelayanan dapat lebih maksimal salah satu inovasi adalah *one stop services*.

Memiliki keunggulan bersaing yang dapat bertahan dalam jangka panjang sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu organisasi, ada beberapa cara yang ditempuh untuk menghasilkan produk yang inovatif menurut Kotler (1987) yaitu dengan :

- a. Mengembangkan atribut produk baru;
- b. Adaptasi (gagasan lain atau pengembangan produk);
- c. Modifikasi (mengubah warna, gerakan, suara, bau, bentuk dan rupa);
- d. Memperbesar (lebih kuat, lebih panjang, lebih besar);
- e. Memperkecil (lebih ramping, lebih ringan, lebih kecil);
- f. Substitusi (bahan lain, proses dan sumber tenaga);
- g. Penataan kembali (pola lain, tata letak lain, komponen);
- h. Membalik (luar menjadi dalam);
- i. Kombinasi (mencampur, meramu, assortasi, rakitan, unit gabungan, kegunaan, daya pikat dan gagasan)
- j. Mengembangkan beragam tingkat mutu;
- k. Mengembangkan model dan ukuran produk (*Profile product*).

Dari uraian ciri dan definisi kepemimpinan transformasional dan inovasi serta langkah-langka strategis dalam mempertahankan persaingan agar tetap eksis (*sustainable competitive advantage*) adanya kesamaan beberapa ciri-ciri yang dimiliki pada seorang *entrepreneur* dengan ciri dari kepemimpinan transformasional, menurut pendapat penulis bahwa pemimpin saat ini perlu memiliki jiwa *entrepreneur*.

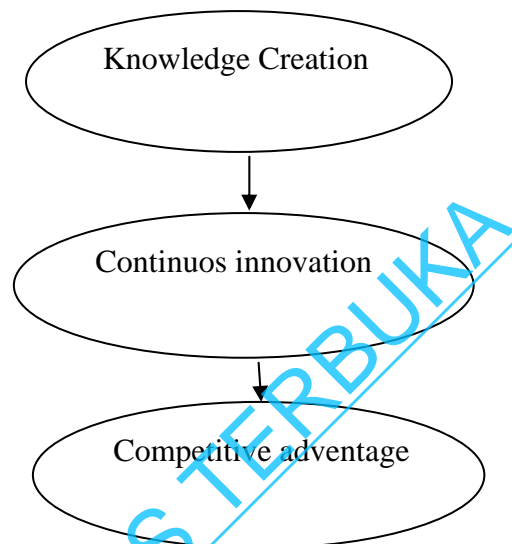
Dalam rangka memenangkan persaingan sebagai upaya peningkatan kinerja dilakukan melalui strategi secara umum dirumuskan Porter dalam Cristiananta at,all (2010:5.12) sebagai berikut :

- a. Strategi *cost leadership* yaitu strategi untuk menguasai pasar dan menciptakan “*barries* “ untuk menghalangi masuknya pesaing baru kepasar dengan cara memproduksi dengan biaya yang semurah mungkin.
- b. Strategi *diferensiasi* yaitu strategi yang menekankan pada jenis produk yang banyak sehingga keinginan semua konsumen diharapkan dapat terpenuhi oleh perusahaan.
- c. Strategi fokus yaitu usaha perusahaan untuk menciptakan jasa atau *service* yang unik dan difokuskan pada kelompok konsumen tertentu.
- d. Strategi *diferensiasi (Differentiation)* dengan ciri perusahaan mengambil keputusan untuk membangun persepsi pasar potensial terhadap suatu produk/jasa yang unggul agar tampak berbeda dengan produk yang lain. Dengan demikian, diharapkan calon konsumen mau membeli dengan harga mahal karena adanya perbedaan itu.
- e. Strategi kepemimpinan biaya menyeluruh (*Overall Cost Leadership*). Cirinya adalah perusahaan lebih memperhitungkan pesaing daripada pelanggan dengan cara memfokuskan harga jual produk yang murah, sehingga biaya produksi, promosi maupun riset dapat ditekan, bila perlu produk yang dihasilkan hanya sekedar meniru produk dari perusahaan lain.

Strategi fokus (*Focus*) cirinya adalah perusahaan mengkonsentrasikan pada pangsa pasar yang kecil untuk menghindari dari pesaing dengan menggunakan strategi kepemimpinan biaya menyeluruh dan *diferensiasi*. Dari uraian diatas

diharapkan mampu meningkatkan daya saing yang akhirnya berdampak pada kinerja perusahaan.

Inovasi yang terus menerus akan melahirkan keunggulan bersaing seperti gambar berikut:



Gambar :2.1.Konsep Inovasi

Sumber :IkujiroNanaka (1995), diolah

3. Kinerja

Ada beberapa persepsi tentang Kinerja atau *performance*. Menurut Hanggraeni, (2009:58) tingginya kemampuan perusahaan memperoleh laba (*profitabilitas*). Hasil yang diperoleh suatu organisasi tersebut bersipat *profit oriented* dan *non profit oriented* yang dihasilkan selama satu periode waktu (Fahmi, 2012:226).

Nasucha dalam Fahmi, (2012:228) kinerja adalah sebagai efektivitas organisasi secara menyeluruh untuk memenuhi kebutuhan yang ditetapkan dari setiap kelompok yang berkenaan dengan usaha-usaha yang sistemik dan

meningkatkan kemampuan organisasi secara terus menerus mencapai kebutuhannya secara efektif .

Menurut Bernadin dan Russell,1998 dalam Iswanto (2005:5.6) kinerja sebagai catatan *outcomes* yang dihasilkan pada fungsi dan aktivitas pekerjaan tertentu selama periode waktu tertentu.

Dalam suatu organisasi kinerja dapat dibedakan sebagai berikut :

- a. Kinerja operasional (*operation performance*) yang berkaitan dengan efektivitas penggunaan setiap sumber daya yang digunakan oleh perusahaan, seperti modal, bahan baku, teknologi penggunaan tersebut secara maksimal untuk mencapai keuntungan atau visi dan misinya;
- b. Kinerja administratif (*administrative performance*) yang berkaitan dengan administrasi organisasi, termasuk didalamnya struktur administratif yang mengatur hubungan otoritas wewenang dan tanggung jawab dari orang yang menduduki jabatan;
- c. Kinerja strategik (*strategik performance*) berkaitan atas kinerja perusahaan, evaluasi ketepatan perusahaan dalam memilih lingkungannya dan kemampuan adaptasi perusahaan, khususnya strategi perusahaan dalam menjalani visi dan misinya.

Persepsi penilaian kinerja tersebut dapat dilakukan dengan melihat sisi kinerja keuangan (*Financial performance*) dan kinerja non keuangan (*Non financial performance*), kinerja keuangan dapat tercermin dari informasi yang diperoleh pada neraca (*Balance Sheet*) dan laporan laba rugi (*Income statement*) menurut (Fahmi, 2012:14). Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan

memberikan kontribusi pada ekonomi merupakan sebuah konstruk multidimensi, dalam hal ini kinerja perusahaan terdiri dari kinerja keuangan, kinerja bisnis dan kinerja keorganisasian, untuk mengukur keberhasilan kinerja keuangan dapat dilihat dari penerimaan atas aset (*return on asset*), penerimaan atas penjualan (*return on sales*) dan penerimaan atas ekuitas (*return on equity*).

4. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Definisi UMKM berdasarkan pasal 1 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah sebagai berikut :

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan /atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagai berikut :
 - 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000 (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000 (Tiga ratus juta rupiah)
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria sebagai berikut :
 - 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha ; atau

- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah)
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria sebagai berikut :
- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau;
 - 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000 (lima puluh milyar rupiah).

UNIVERSITAS TERBUKA

Berikut ini kriteria UMKM menurut sumber lain pada tabel 2.1 di bawah ini:

Tabel 2.1
Kriteria UMKM

Lembaga Kriteria	Jenis Usaha	Pengertian umum
BPS	Usaha mikro Usaha kecil Usaha Menengah	Pekerja < 5 orang termasuk tenaga kerja keluarga Pekerja 5-19 orang Pekerja 20-99 orang
Bank Indonesia	Usaha mikro Usaha kecil Usaha Menengah	Dijalankan oleh rakyat miskin atau dekat miskin, bersifat usaha keluarga, menggunakan sumber daya lokal, teknologi sederhana dan mudah keluar masuk industri Aset < Rp.200.juta dan omzet sd Rp.1 milyar Untuk kegiatan industri, aset , Rp.5 milyar,dan untuk kegiatan lain (termasuk jasa) aset < Rp.600 jt diluar tanah dan bangunan, omzet < Rp.3milyar/tahun

Sumber : UU No 20 tahun 2008 , Badan Pusat Statistik, Bank Indonesia, diolah

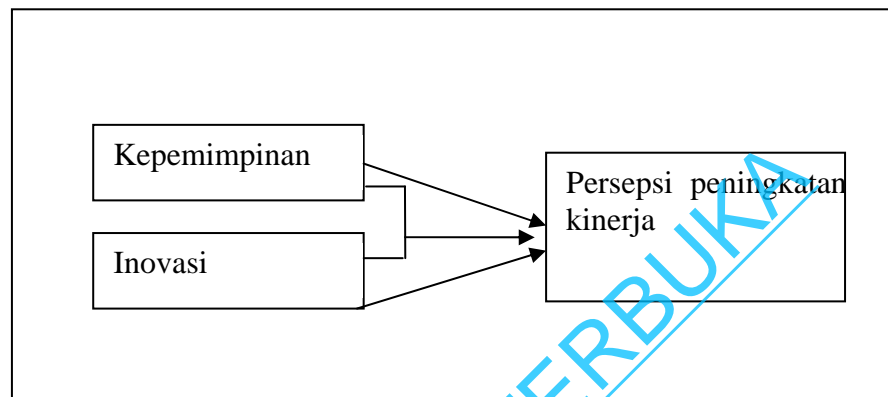
B. Kerangka Berpikir

1. Model Penelitian

Kepemimpinan adalah inti dari organisasi sebagai kekuatan kunci penggerak organisasi yang mampu membangun budaya baru sesuai dengan perubahan dan tanpa inovasi perusahaan akan mati. Penerapan pola kepemimpinan yang tepat dan melakukan inovasi akan dapat mengatasi masalah-yang muncul, perubahan-perubahan yang sulit diprediksi sehingga kelangsungan perusahaan dapat terus eksis, namun sesuai dengan ciri-cirinya kepemimpinan yang dapat menyesuaikan dengan perubahan-perubahan diatas, peneliti mencoba mendekati dengan konsep kepemimpinan transformasional dengan memadukan inovasi (inovasi proses, inovasi metode, inovasi struktur organisasi, inovasi dalam hubungan,

inovasi strategi, inovasi pola pikir, inovasi produk, dan inovasi pelayanan) yang penulis hubungkan dengan ciri-ciri *seorang entrepreneur*

Dengan mengetahui variabel-variabel kepemimpinan dan inovasi bagaimana pengaruhnya terhadap persepsi peningkatan kinerja perusahaan (UMKM) dapat dilihat dalam hubungan berikut ini :



Keterangan : X1 (Kepemimpinan)
X2 (Inovasi)
Y (Persepsi peningkatan Kinerja)

Gambar 2.3 Kerangka Konseptual

C. Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan alur pikir penelitian, dapat disusun hipotesis-hipotesis penelitian yang akan diuji dalam penelitian ini sebagai berikut:

Ha 1 : Kepemimpinan (X1) berpengaruh terhadap persepsi peningkatan kinerja

UMKM CV Media 46 Pangkalpinang

Ha 2 : Inovasi (X2) berpengaruh terhadap persepsi peningkatan kinerja UMKM

CV Media 46 Pangkalpinang

Ha 3 : Kepemimpinan dan inovasi (X3) secara bersama-sama berpengaruh

terhadap persepsi peningkatan kinerja CV Media 46 Pangkalpinang

Sehingga dirumuskan dalam :

Ho1 : Tidak terdapat pengaruh kepemimpinan dan inovasi terhadap persepsi peningkatan kinerja UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang

Ha1: Terdapat pengaruh kepemimpinan dan inovasi terhadap persepsi peningkatan kinerja UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang

Ho2: Tidak terdapat pengaruh kepemimpinan terhadap persepsi peningkatan kinerja UMKM CV Media 46 Pangkalpinang

Ha2 : Terdapat pengaruh kepemimpinan terhadap persepsi peningkatan kinerja UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang

Ho3 : Tidak terdapat pengaruh kepemimpinan dan inovasi terhadap persepsi peningkatan kinerja UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang

Ha3 : Terdapat pengaruh kepemimpinan inovasi terhadap persepsi peningkatan kinerja UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang

D. Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2009:39) variabel adalah “suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Definisi operasional adalah batasan dalam menjelaskan variabel yang digunakan dalam penelitian sehingga penelitian tersebut terarah pada pokok permasalahan yang diteliti.

Dalam penelitian ini pengaruh kepemimpinan dan inovasi (diuraikan lebih lanjut dalam kuisisioner) adalah variabel independen yaitu variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent* atau variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab

perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), sedangkan variabel dependen (persepsi peningkatan kinerja) disebut juga *variabel output*, kriteria dan konsekuen yaitu variabel ini dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Definisi variabel-variabel yang dipergunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 2.2
Operasional Variabel

No.	Variabel	Definsi	Tolok Ukur
1.	Kepemimpinan	<ul style="list-style-type: none"> o Adalah proses mempengaruhi ,mengarahkan dan memotivasi orang lain untuk memahami tugas dilakukan secara efektif untuk mencapai tujuan bersama (Yulk,2009:8) 	<ul style="list-style-type: none"> o Kemampuan mengarahkan, mengawasi dan menginspirasi pekerja; o Kemampuan menunjukan keteladanan dalam berperilaku, bertutur kata, dan bertindak; o Kemampuan memunculkan ide-ide, saran dari pekerja; o Kemampuan mengatur segala sumber daya yang dimiliki; o Kemampuan memotivasi, memberi semangat /dukungan, memberikan kesempatan dan solusi kepada pekerja ; o Kemampuan melakukan kerja sama, objektif, dan cepat tanggap dalam mengatasi masalah dan selalu menyesuaikan dengan perubahan; o Kemampuan mengambil keputusan secara tepat dan cepat; o Kemampuan membaca peluang dan orientasi ke masa depan.

Lanjutan Tabel 2.2
Operasional Variabel

No.	Variabel	Definsi	Tolok Ukur
2.	Inovasi	Suatu bentuk perubahan dari sesuatu hal baikbersipat inkremental maupun perubahan radikal (Ancok 2012:35)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kemampuan membuat konsep, gagasan, strategi dan teknologi baru ○ Kemampuan melakukan perubahan produk, desain, perbedaan dengan produk lain (khas) sesuai dengan selera konsumen ; ○ Kemampuan melakukan modifikasi, model dan ukuran produk kombinasi; ○ Kemampuan mengembangkan beragam tingkat mutu; ○ Kemampuan mencari relasi, menjalin hubungan dan kemitraan yang saling menguntungkan; ○ Kemampuan memproduksi dan menghasilkan produk yang berkualitas; ○ Kemampuan menyesuaikan dengan selera konsumen.
3.	Persepsi peningkatan Kinerja	Kinerja adalah hasil yang diperoleh suatu organisasi bersipat <i>profit oriented</i> dan <i>non profit oriented</i> (Fanmi, 2012:226).	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kemampuan meningkatkan jumlah karyawan dan omzet penjualan; ○ Kemampuan meningkatkan laba perusahaan; ○ Kemampuan menjaga dan mempertahankan eksistensi perusahaan (<i>sustainable competitive advantage</i>);

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini adalah kelompok penelitian deskriptif kuantitatif bersifat ekplantoris yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, datanya dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan menggunakan statistik, berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek apa adanya (Sangadji&Sopiah, 2010:29). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah salah satu pendekatan penelitian yang pada umumnya bertujuan untuk mencari kedudukan (status) gejala (fenomena) dan menentukan kesamaan status dengan cara membandingkan dengan standar yang sudah ditentukan (Sangadji&Sopiah, 2010:41).

Bentuk problematik atau permasalahan dalam penelitian ini adalah melihat hubungan antar variabel terhadap objek yang diteliti lebih bersifat sebab akibat (Sugiyono, 2010:11). Dalam penelitian ini variabel independen adalah variabel kepemimpinan dan inovasi sedangkan variabel dependen adalah variabel persepsi peningkatan kinerja.

B. Populasi penelitian

Penelitian ini dilakukan pada CV Media 46 Pangkalpinang bertempat di Jalan Ahmad Yani No. 46 Pangkalpinang. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan September 2012.

Populasi menurut Sugiono (2010:80) adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan CV. Media 46 Pangkalpinang sebanyak 62 orang dan dibahas dalam penelitian ini sebanyak 60 responden yang merasakan langsung dampak dari kepemimpinan dan inovasi dalam kegiatan kerja sehari-hari dan yang berpengaruh terhadap persepsi peningkatan kinerja perusahaan.

C. Prosedur Pengumpulan Data

a. Jenis Data

Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder (Sangadji & Sopiah, 2010:190) sebagai berikut:

1) Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari lapangan dan belum dilakukan pengolahan lebih lanjut. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui survei dan wawancara mendalam (*indepth interview*) kepada direktur dan beberapa karyawan serta guna menguji hipotesis-hipotesis penelitian dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada seluruh karyawan .

2) Data Sekunder

Menurut Sangadji&Sopiah (2010:190) adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi bukan pengolahnya. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari CV. Media 46 Pangkalpinang berupa Laporan Keuangan, Laporan Kepegawaian, Laporan Penjualan dan data

perkembangan bahan dan desain, sedangkan data sekunder yang diperoleh untuk mendukung penelitian ini adalah data dari Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi kepulauan Bangka Belitung.

D. Instrumen Penelitian

Sesuai rumusan masalah, tujuan penelitian dan hipotesis penelitian, alat pengumpul data yang digunakan untuk memperoleh data variabel, kepemimpinan dan inovasi dan persepsi peningkatan kinerja perusahaan. Instrumen dalam bentuk kuesioner ini disampaikan kepada responden/subjek penelitian yang terdiri dari sejumlah pertanyaan dengan alternatif pilihan yang telah disusun sebelumnya.

Variabel penelitian terdiri dari dependent (Y) berupa persepsi peningkatan kinerja CV. Media 46 Pangkalpinang dan variabel independen terdiri atas kepemimpinan (X1) dan inovasi (X2). Penelitian menggunakan kuesioner dengan daftar pertanyaan tertutup dengan menggunakan skala interval menggunakan skala likert sebagaimana tercantum pada tabel 3.1 dibawah ini :

Tabel 3.1
Pedoman Penilaian Jawaban Responden

Kriteria Jawaban Responden	Singkatan	Nilai
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Kurang Setuju	KS	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber : Hanggraeni (2009), diolah

E. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas

Sangadji dan Sopiah (2010:160) menyatakan validitas “menunjuk pada sejauh mana suatu alat mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.” Ghozali (2005:45) menyatakan bahwa “suatu kuisisioner dikatakan valid apabila pertanyaan

pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner.”

Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan r-tabel untuk *degree of freedom* (df) =n-2, dalam hal ini nilai n adalah jumlah sampel.

Pada penelitian ini jumlah sampel (n) dan besar df dapat dihitung yaitu alpha=0,05 maka didapatlah t–tabel dengan indikator sebagai berikut :

Jika t hitung lebih besar dari t-tabel dan bernilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Jika t-hitung lebih besar dari t–tabel dan bernilai positif maupun negatif, maka butir pertanyaan tau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2}} \dots\dots\dots (3.2)$$

dimana :

R_{xy} = koefisien korelasi antara ubahan X dan ubahan Y

$\sum X$ = Jumlah skor distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor distribusi Y

$\sum XY$ = Jumlah perkalian skor X dan Y

N = Jumlah responden

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat skor distribusi Y

2. Uji Reliabilitas

Sangadji dan Sopiah (2010:163) berpendapat reliabilitas menunjuk pada pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen sudah baik. Hasan (2004)

menyatakan bahwa reliabilitas suatu alat pengukur adalah derajat keajegan (*consistency*) alat dalam mengukur apa saja yang diukurnya.

Instrumen yang sudah dapat dipercaya, akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Pengetesan instrumen dapat dilakukan dengan cara satu kali pengetesan (*One-shor reliability test*) yang kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Uji statistik tersebut dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach alpha*. *Cronbach alpha* adalah koefisien reliabilitas yang menunjukkan bagaimana item-item dalam pertanyaan adalah korelasi secara positif satu dengan yang lainnya. “Kuisisioner dikatakan *reliable* jika nilai *Cronbach alpha* t hitung > 0,60, digunakan bantuan perangkat lunak SPSS “ (Ghozali,2009:46).

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \dots\dots\dots (3.1)$$

dimana :

- r_{11} = reliabilitas instrumen
- k = banyak butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir
- σ_t^2 = varian total.

3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi model untuk mendapatkan keabsahan asumsi-asumsi dasar yang harus dipenuhi agar model tersebut tidak bias dan tidak melanggar asumsi asumsi klasik yang berlaku didalam persamaan regresi linier seperti

normalitas, autokorelasi, heterokedastisitas dan multikolineritas. Adapun hasil pengujian model secara lebih rinci dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2009:107) “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal”. Untuk melihat suatu normalitas dengan melakukan pengamatan melalui residual atau dengan melihat distribusi dari variabel-variabel yang diteliti. Normalitas suatu variabel pada umumnya dideteksi dengan grafik atau uji statistik.

Menurut Ghozali (2009) “jika variabel terdistribusi secara normal maka nilai Skewness dan kurtosis sama dengan nol” Ghozali dalam Prastisto (2009) menyatakan “Normalitas variabel dideteksi juga dengan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirov dengan cara menilai probabilitas signifikan yang bernilai di atas nilai 0,05 maka data berdistribusi normal dan selain itu juga dengan metode grafik histogram data. Selain itu normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan grafik normalitas P-P Plot dengan aturan apabila sebaran data mengikuti garis diagonal maka data berdistribusi normal untuk mendekati distribusi normal.

b. Uji heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2006:125) “ *Uji heterokedastisitas* bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya.” Jika *varians* residual dari pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda maka disebut *heterokedastisitas*. Dalam

perhitungan dapat dilakukan dalam banyak model salah satunya adalah menggunakan *chart* (diagram pencar), dengan dasar-dasar pemikiran bahwa :

- 1). Jika ada pola tertentu, terdapat titik-titik (poin) yang ada membentuk suatu pola yang beraturan (bergelombang, kemudian menyempit) maka terjadi *heteroskedastisitas*;
- 2). Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar keatas dan dibawah nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

c. Uji Autokorelasi

Ghozali (2009:79) menyatakan bahwa “Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antar kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya).” Proses mendeteksi adanya gejala autokorelasi dengan melihat nilai Durbin-Watson (DW). Ghozali (2009:80) “Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas.

Ghozali (2009:80) menyatakan bahwa pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi :

- 1) Bila nilai DW terletak diantara batas atas atau upper bound (du) dan ($4-du$), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- 2) Bila nilai DW lebih rendah dari pada batas bawah atau lower bound (dl), maka koefisien autokorelasi lebih besar dari pada nol, berarti ada autokorelasi positif.

- 3) Bila nilai DW lebih besar daripada $(4-dl)$, maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari pada nol, berarti ada autokorelasi negatif;
- 4) Bila nilai DW terletak diantara batas atas (du) dan atas bawah (dl) atau DW terletak antara $(4-du)$ dan $(4-dl)$, maka hasilnya tak dapat disimpulkan.

d. Uji multikolinearitas

“Uji *multikolinearitas* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen”, menurut Ghozali (2009:25) Uji *multikolinearitas* dengan SPSS dilakukan dengan uji regresi, dengan patokan *VIF* (*variance Inflation Factor*) dan koefisien korelasi antar variabel bebas. Kreteria yang digunakan :

- 1). Jika nilai *VIF* disekitar angka 1 atau memiliki toleransi mendekati 1, maka dikatakan tidak terdapat permasalahan *multikolinearitas*;
- 2). Jika koefisien korelasi antar variabel bebas kurang dari 0,5 maka tidak terdapat masalah *multi kolinearitas*.

4. Regresi Linier

Regresi linier merupakan teknik statistik kausatif yang menghubungkan variabel dependen (Y) dengan beberapa variabel independen (X1) dan (X2) secara linier melalui persamaan :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e \quad \dots\dots\dots (3.3)$$

Dimana :

Y = Kinerja

a = konstanta

$b1, b2$ = koefisien regresi

$X1$ = kepemimpinan

$X2$ = inovasi

e = error (variabel bebas lain di luar model regresi)

a. Koefisien Determinasi

Menurut Brooks (2005:133) bahwa koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa baik model regresi yang diestimasi dalam menjelaskan data aktual atau seberapa baik model regresi dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai ukuran ketetapan model ini berkisar diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang semakin mendekati satu mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan semakin baik dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Sebaliknya nilai R^2 yang semakin mendekati nol mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan semakin lemah dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen.

Perhitungan nilai koefisien determinasi data umum tersebut :

$$R = (r)^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.4)$$

dimana :

R^2 : Koefisien Determinasi

r : Koefisien Kolerasi.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji signifikansi seluruh koefisien pada persamaan regresi secara simultan. Metode uji F ini juga dapat digunakan untuk pengujian

signifikansi koefisien-koefisien regresi dengan kendala tertentu atas satu atau beberapa koefisien tersebut.

Prosedur yang digunakan melalui uji F dengan :

Merumuskan hipotesis sebagai berikut :

Ho : $\alpha_i = 0$ Tidak terdapat pengaruh kepemimpinan dan inovasi terhadap persepsi peningkatan kinerja UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang

Ha : $\alpha_i \neq 0$ Terdapat pengaruh kepemimpinan dan inovasi terhadap persepsi peningkatan kinerja UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang

Menentukan tingkat signifikansi

Hipotesis ini diuji dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 0,05$

Menghitung nilai F dengan rumus :

$$F = \frac{(SSr)/k}{(Sse)/(n-k-1)} \dots\dots\dots (3.5)$$

Dimana :

k = jumlah variabel independen

n = jumlah responden atau observasi

Menentukan kriteria pengujian hipotesis penelitian

Hipotesis diterima jika F signifikansi $< 0,05$

Hipotesis ditolak jika F signifikansi $> 0,05$

c. Uji t-test

Uji hipotesis dengan t-test digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel terikat secara parsial.

Rumus yang digunakan untuk mengetahui nilai t-hitung adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{r_p \sqrt{n-3}}{\sqrt{1-r_p^2}} \dots\dots\dots (3.6)$$

Dimana :

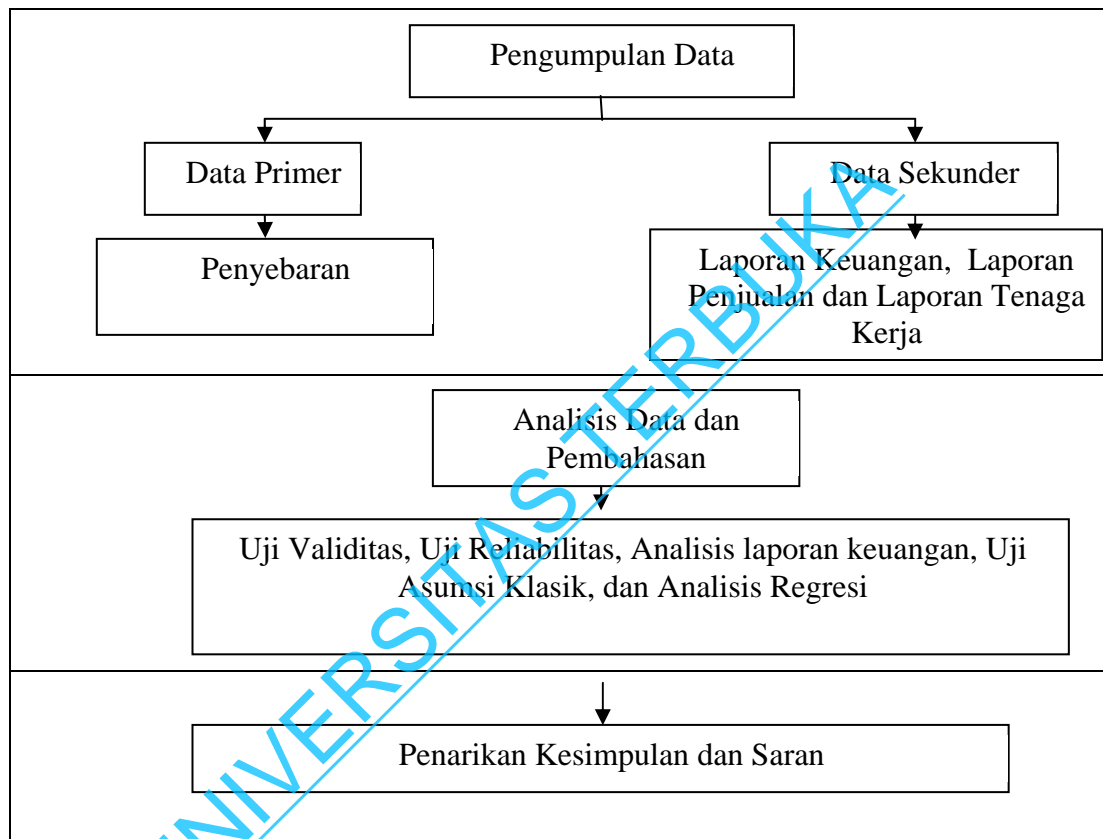
r_p = korekasi parsial yang ditemukan

n = jumlah sample

t = t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t tabel

Pengujian melalui uji t dilakukan dengan membandingkan besarnya nilai t hitung dengan t tabel pada $\alpha = 5\%$. H_0 ditolak apabila t hitung $>$ t tabel atau probabilitas $< 0,05$ dan H_a diterima, jika variabel bebas X_1 secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat Y pada probabilitas 5% berikut ini tahapan penelitian sebagai berikut :

F. Tahapan Penelitian



Gambar 3.1 Tahapan Penelitian

Sumber : Hanggraeni, 2009, diolah

BAB IV

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Perusahaan

UMKM (*Commanditaire Venootschap*) CV. Media 46 berdiri pada tahun 2000 di Kota Pangkalpinang Provinsi Bangka Belitung dengan modal awal sebesar Rp.6.000.000,- (enam juta rupiah) dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 2 (dua) orang dan merupakan usaha perorangan yang berdiri sendiri dan bergerak dibidang industri kain motif cual. Usaha ini merupakan ide almarhum suami pemilik perusahaan yang mempunyai kain kuno dari demang kakek buyutnya Abdurrahman Rejab dan ide tersebut dapat diwujudkan sejak terbentuknya Provinsi Kepulauan Bangka Belitung pentingnya memiliki ciri khas daerah.

Visi Perusahaan adalah “Menjadi terbaik dan teladan dalam pengabdian kepada masyarakat” dan Misi : Menguasai pasar lokal dan nasional mengangkat kain cual sebagai kain adat Bangka Belitung, dengan keunggulan :

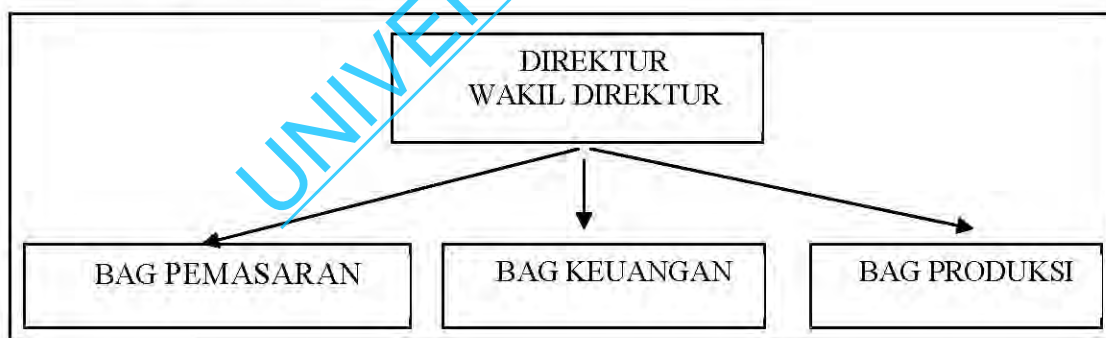
- a. Melestarikan warisan budaya kain cual sebagai pakaian adat Bangka Belitung;
- b. Menyediakan kain cual printing yang terjangkau oleh masyarakat;
- c. Pemberdayaan ekonomi keluarga produktif;
- d. Membudayakan kain cual kepada seluruh ekonomi masyarakat di Bangka Belitung ;

Seiring dengan waktu dari tahun ke tahun mengalami perkembangan dari kurun waktu 10 tahun berjalan, perkembangan yang sangat signifikan terjadi pada tahun 2006 sebesar Rp. 1.792.000.000 (Satu milyar tujuh ratus sembilan puluh dua juta rupiah) dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 40 orang. Hingga sekarang tetap eksis, juga berkat dukungan baik secara internal perusahaan maupun secara eksternal telah meraih beberapa penghargaan seperti :

- a. sebagai UKM terbaik tingkat Kota Pangkalpinang tahun 2006;
- b. sebagai UKM terbaik se Indonesia, pada Jisamsoe Award 2007;
- c. sebagai UMKM terbaik (mengangkat dan mengembangkan produk/potensi unggulan daerah), Jakarta tahun 2003;
- d. sebagai penerima penghargaan Paramakarya, dalam rangka lomba kualitas dan produktivitas, dari Departemen tenaga kerja, tahun 2009;
- e. sebagai juara harapan I lomba Desain tingkat Nasional, Departemen Pendidikan Republik Indonesia tahun 2010;
- f. sebagai pemegang HKI (Hak Kekayaan Intelektual) untuk 4 desain industri dengan merk dagang “Ishadi“ untuk motif kembang gajah besar, kucing tidur, motif bebek dan kembang gajah kecil.

2. Struktur Organisasi

Organisasi CV Media 46 Pangkalpinang dipimpin oleh seorang Direktris Ny Isnawati Hadi yang dibantu oleh beberapa orang karyawan dengan susunan organisasi adalah sebagai berikut :



Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV Media 46 Pangkalpinang

Sumber: CV Media 46 Pangkalpinang,diolah

3. Perkembangan Usaha

CV. 46 Media Pangkalpinang mengalami perkembangan usaha dari mulai perusahaan perorangan menjadi persekutuan komanditer (*Comanditer Vennootschap*). Semula statusnya

merupakan usaha mikro beralih menjadi usaha menengah dan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, baik jumlah penjualan maupun wilayah pemasarannya yang semula hanya wilayah pada Provinsi Kepulauan Bangka Belitung meluas meliputi Bogor, Bandung, Jakarta, Tuban, Yogyakarta, Padang, Semarang, Medan, Palembang.

Perkembangan jumlah volume penjualan tahun 2000-2011 sebagai berikut :

Tabel 4.1
Volume Penjualan Tahun 2000-2011

(dalam rupiah)

No	Tahun	Jumlah	Kenaikan/Penurunan
1	2000	24.000.000,00	
2	2001	26.000.000,00	8%
3	2002	32.000.000,00	23%
4	2003	37.000.000,00	16%
5	2004	412.000.000,00	1014%
6	2005	475.000.000,00	15%
7	2006	1.792.000.000,00	277%
8	2007	1.802.000.000,00	1%
9	2008	1.940.000.000,00	8%
10	2009	1.204.000.000,00	-38%
11	2010	1.276.000.000,00	6%
12	2011	1.317.000.000,00	3%
		10.337.000.000,00	685%
		861.416.666,67	

Sumber : CV. 46 Media Pangkalpinang

Tabel 4.1 di atas menggambarkan jumlah penjualan yang dilakukan oleh UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang selama 12 tahun dengan total omzet penjualan sebesar Rp.10.337.000.000,- Jumlah penjualan terbesar pada tahun 2008 sebesar Rp. 1.940.000.000,- dan terkecil sebesar Rp. 24.000.000,- pada saat didirikan. Dilihat dari perkembangan usahanya selama 12 tahun terlihat UMKM CV. 46 Media Pangkalpinang, terlihat terdapat peningkatan setiap tahun. Peningkatan terbesar terjadi pada tahun 2004 sebesar 1014% dan tahun 2006 sebesar 277%, namun pada tahun 2009 terjadi penurunan penjualan sebesar 38% dibandingkan tahun 2008.

4. Sumber daya manusia

Karyawan CV Media 46 pada tahun 2011 berjumlah 62 orang, jumlah ini meningkat sebesar 50% bila dibanding tahun 2007 berjumlah 42 orang. Kondisi tenaga kerja yang memadai sangat mendukung berkembangnya perusahaan. Upaya yang dilakukan dalam rangka pengembangan sumber daya manusia adalah mengikut sertakan dalam berbagai pelatihan, pameran dan promosi yang diselenggarakan oleh pemerintah kota/kabupaten maupun provinsi ataupun pihak swasta dan kegiatan promosi lokal maupun nasional.

Adapun jumlah dan komposisi karyawan UMKM CV. 46 Media Pangkalpinang sebagaimana tercantum pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.2
Komposisi Karyawan Berdasarkan Tingkat Pendidikan
Tahun 2007-2011

TAHUN	JUMLAH KARYAWAN	SD	SLTP	SLTA	S1
2007	42	2	15	24	1
2008	45	2	18	24	1
2009	47	2	20	24	1
2010	55	2	25	27	1
2011	62	2	28	30	2

Sumber : UMKM CV. 46 Media Pangkalpinang, diolah

Tabel 4.2 menggambarkan komposisi jumlah dan tingkat pendidikan karyawan CV. 46 Media Pangkalpinang, sebanyak 62 orang dengan latar belakang pendidikan sebanyak 2 orang Sekolah Dasar (SD) atau sebesar 32,26%, 28 orang sekolah Menengah Pertama atau sebesar 45,16%, 30 orang Sekolah Lanjutan Menengah Atas atau sebesar 48,38% dan 2 orang sarjana atau sebesar 32,26% penambahan pegawai dengan mayoritas pada tingkat pendidikan SLTA sebesar 48,38%.

5. Jenis motif dan desain

Jenis motif dan desain yang telah dikembangkan oleh CV. Media 46 Pangkalpinang dari tahun 2000 memiliki 1 jenis bahan dan 3 desain motif, namun seiring waktu pada tahun 2011 telah memiliki 8 jenis bahan atau meningkat 7 jenis bahan dan memiliki 73 desain motif atau meningkat sebanyak 70 desain motif dengan uraian sebagai berikut :

Tabel 4.3
Perkembangan Jenis Bahan dan Desain Batik Cual
Tahun 2007- 2011

TAHUN	BAHAN (jenis)	DESAIN (jenis)
2007	5	32
2008	7	47
2009	7	52
2010	7	58
2011	8	73

Sumber : CV. 46 Media Pangkalpinang, diolah

Perkembangan jenis bahan yang diproduksi mengalami peningkatan pada tahun 2011 sebanyak tiga jenis bahan atau sebesar 60% dibandingkan tahun 2007 sedangkan pada tahun 2008, 2009 dan 2010 meningkat 2 jenis bahan atau sebesar 28%, sedangkan untuk perkembangan desain dari tahun ke tahun mengalami peningkatan untuk tahun 2011 meningkat sejumlah 41 desain atau sebesar 56% dibandingkan tahun 2007.

B. Profil Responden

1. Berdasarkan jenis kelamin

Profil responden karyawan CV Media 46 Pangkalpinang berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut :



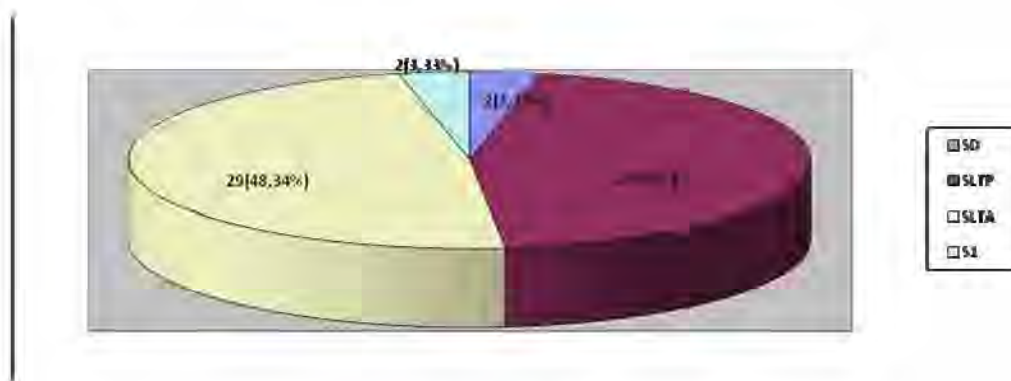
Gambar 4.2
Profil responden berdasarkan jenis kelamin

Sumber : Kantor CV Media 46 Pangkalpinang, diolah

Gambar di atas menggambarkan jumlah responden yang menjadi obyek penelitian. Responden adalah karyawan CV Media 46 Pangkalpinang berdasarkan jenis kelamin dengan jumlah komposisi karyawan laki-laki sebanyak 17 orang laki-laki atau 78,33% sedangkan karyawan perempuan sebanyak 13 orang atau 21,66% dengan mayoritas adalah laki-laki sebanyak 78,33%.

2. Berdasarkan pendidikan

Profil responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut :



Gambar 4.3
Profil Responden berdasarkan tingkat pendidikan

Sumber : UMKM CV Media, diolah

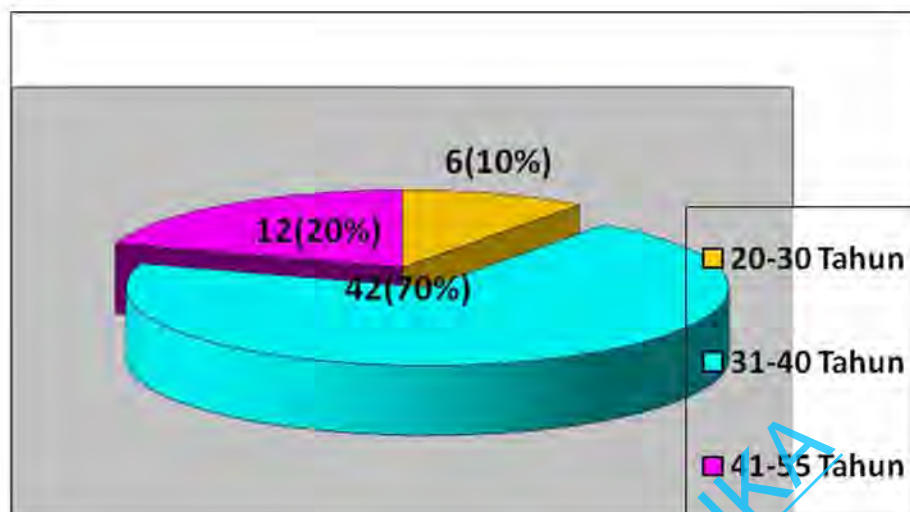
Gambar 4.3 menggambarkan penggolongan responden berdasarkan tingkat pendidikan.

Gambar tersebut menunjukkan sebanyak 2 orang tingkat pendidikan sarjana atau 3,33% sebanyak 29 orang sekolah lanjutan atas 48,34% dan 27 orang sekolah lanjutan pertama atau sebesar 45% dan sebanyak 2 orang tingkat pendidikan Sekolah Dasar atau 3,33% dengan mayoritas tingkat pendidikan sekolah lanjutan atas sebanyak 48,34 responden.

UNIVERSITAS TERBUKA

3. Berdasarkan tingkat umur

Profil responden berdasarkan tingkat umur sebagai berikut :

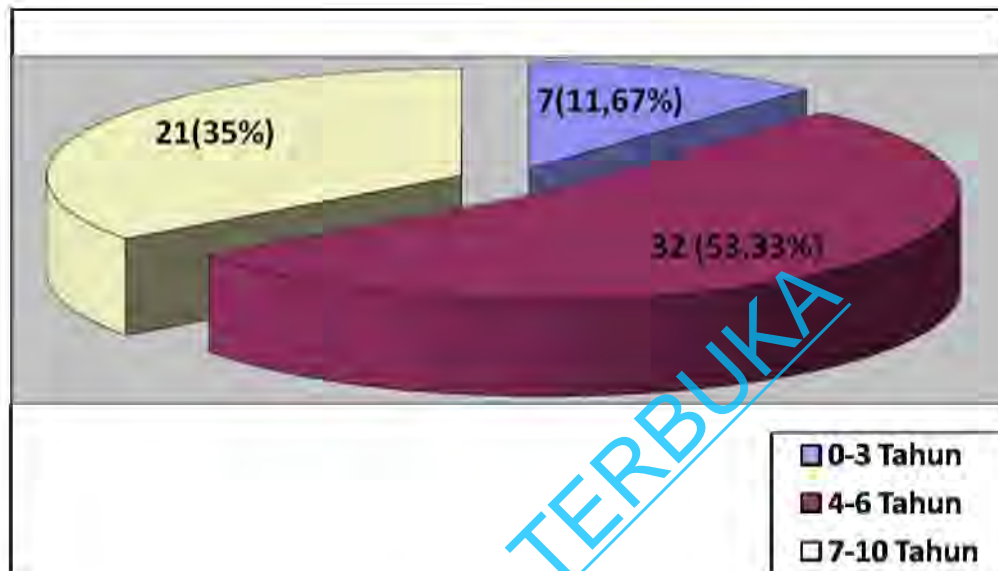


Gambar 4.4
Profil Responden Berdasarkan Umur

Gambar 4.4 menggambarkan penggolongan responden berdasarkan tingkat usia, sebanyak 6 responden berusia antara 20-30 tahun atau sebanyak 10%, 42 responden berusia 31-40 tahun atau sebanyak 70% dan sebanyak 12 responden berusia 41-55 tahun atau sebanyak 20% dengan mayoritas pada tingkat usia antara 31-40 tahun sebanyak 42 responden atau sebesar 70% masih dalam usia produktif.

4. Berdasarkan masa kerja

Rekap hasil profil responden berdasarkan lamanya masa kerja di CV. Media 46 Pangkalpinang dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 4.5
Profil Responden Berdasarkan Masa Kerja

Gambar : Profil responden berdasarkan lama masa kerja, masa kerja 0-3 tahun sebanyak 7 responden atau sebesar 11,67% masa kerja 4-6 tahun sebanyak 32 responden atau sebesar 53,33% dan masa kerja 7-10 tahun sebanyak 21 responden atau sebesar 35% dengan mayoritas masa kerja 7-10 tahun.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Uji Validitas.

a. Variabel kepemimpinan (X1)

Suatu kuisioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner.” Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel untuk *degree of freedom* (df) =n-2, dalam hal ini nilai n adalah jumlah sampel. Pada penelitian ini untuk pengujian validitas diambil jumlah sampel (n)=30 dan besar df dapat dihitung yaitu alpha=0,05 maka didapatkan t-tabel dengan

indikator dengan menggunakan program excel dengan butir pertanyaan sebanyak 10 item, diperoleh hasil bahwa seluruh nilai yang diperoleh $>$ dari t tabel (0,36) dan seluruh item pertanyaan dari variabel kepemimpinan dinyatakan valid, lebih lanjut dapat lihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.4

Rekap nilai t untuk Uji validitas variabel kepemimpinan (X1)

Nomor Kuesioner	t-hitung	t-tabel	Keterangan
1	0,70	0,36	Valid
2	0,70	0,36	Valid
3	0,62	0,36	Valid
4	0,55	0,36	Valid
5	0,58	0,36	Valid
6	0,65	0,36	Valid
7	0,71	0,36	Valid
8	0,67	0,36	Valid
9	0,48	0,36	Valid
10	0,66	0,36	Valid

b. Variabel inovasi (X2)

Untuk menguji validitas variabel inovasi setelah dilakukan dengan menggunakan program excel, hasil seluruh nilai yang diperoleh $>$ dari t-tabel (0,36) jadi seluruh item pertanyaan pada variabel inovasi dapat dinyatakan valid, lebih lanjut dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini :

Tabel 4.5
Rekap Nilai t untuk Uji Validitas Variabel Inovasi (X2)

Nomor Kuesioner	t-hitung	t-tabel	Keterangan
1	0,76	0,36	Valid
2	0,69	0,36	Valid
3	0,73	0,36	Valid
4	0,70	0,36	Valid
5	0,36	0,36	Valid
6	0,68	0,36	Valid
7	0,52	0,36	Valid
8	0,74	0,36	Valid
9	0,61	0,36	Valid
10	0,67	0,36	Valid

c. Variabel kinerja (Y)

Untuk menguji validitas variabel persepsi penilaian kinerja, setelah dilakukan dengan menggunakan program excel, hasil seluruh nilai yang diperoleh $>$ dari t-tabel (0,36) jadi seluruh item pertanyaan pada variabel kinerja dapat dinyatakan valid, lebih lanjut dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut :

Tabel 4.6
Rekap Nilai t untuk Uji Validitas Variabel persepsi penilaian Kinerja (Y)

Nomor Kuesioner	t-hitung	t-tabel	Keterangan
1	0,75	0,36	Valid
2	0,75	0,36	Valid
3	0,63	0,36	Valid
4	0,69	0,36	Valid
5	0,41	0,36	Valid
6	0,71	0,36	Valid
7	0,79	0,36	Valid
8	0,80	0,36	Valid
9	0,77	0,36	Valid
10	0,79	0,36	Valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur apakah instrumen-instrumen cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data sesuai dengan derajat keajegan alat dalam mengukur apa saja yang diukurnya. Uji tersebut dilakukan menggunakan alat bantu komputer dengan SPSS 12.0 for windows dengan menggunakan *Crombach alpha*, *Crombach alpha* adalah koefisien reliabilitas yang menunjukkan bagaimana item-item dalam pertanyaan ada korelasi positif satu dengan yang lainnya. Kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Crombach alpha* t hitung $> 0,60$ sesuai hasil perhitungan masing-masing variable kepemimpinan, inovasi maupun persepsi peningkatan kinerja dapat dikatakan *reliabel* karena hasil yang diperoleh nilai t hitung $>$ dari 0,60 untuk lebih rinci dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Koefisien Reliabilitas Variabel Kepemimpinan, Inovasi dan persepsi peningkatan Kinerja

No	Variabel	Koefisien Reliabilities (Alpha)	Keterangan
1	Kepemimpinan	0,824	Reliabel
2	Inovasi	0,802	Reliabel
3	Persepsi peningkatan Kinerja	0,802	Reliabel

2. Analisis Laporan Keuangan

Analisis laporan keuangan biasanya dimulai dengan penghitungan seperangkat rasio yang disusun untuk menunjukkan kekuatan dan kelemahan relatif perusahaan dibandingkan perusahaan lain di industri yang sama untuk menunjukkan apakah posisinya semakin baik atau mengalami kemunduran (Ekawati, 2009:3.27) analisis yang dipergunakan dalam pembahasan ini adalah :

a. Analisis Vertikal

Kinerja UMKM CV. Media 46 dapat dilihat dari aspek keuangan dengan menggunakan analisis vertikal. Menurut Prihadi (2012:234) bertujuan untuk melihat proporsi satu pos yang lain, umumnya dipergunakan adalah penjualan bersih untuk laporan rugi laba dan total aktiva untuk neraca. Berikut ini analisa proporsi pertumbuhan aset adalah :

Tabel 4.8
Analisis Proporsi Asset
Periode 31 Desember 2007-2011

Uraian	2007 (%)	2008 (%)	2009 (%)	2010 (%)	2011 (%)	Rasio rata- rata(%)
Asset						
Asset lancar						
Kas	1,33	2,90	2,08	14,88	1,77	4,59
Bank	32,51	31,89	26,56	27,89	25,62	28,89
Piutang	2,01	1,63	2,40	2,18	2,37	2,12
Persediaan barang	2,82	3,16	5,82	4,34	5,09	4,25
Pekerjaan dalam proses	4,64	0,26	0,51	1,52	2,64	1,19
Jumlah asset lancar	43,31	39,83	37,38	37,43	37,49	39,09
Asset tetap						
Peralatan dan mesin	2,53	2,50	2,59	2,56	2,56	2,55
Inventaris	14,47	17,72	17,92	17,73	17,71	17,11
Gedung-gedung	31,71	32,2	33,93	34,19	34,16	33,24
Jumlah asset tetap	48,71	52,42	57,38	54,48	54,43	49,48
Aktiva lainnya	7,98	7,75	8,17	8,08	8,08	8,01
Jumlah asset lainnya	7,98	7,75	8,17	8,08	8,08	8,01
Jumlah Asset	100	100	100	100	100	100

Sumber : Neraca CV. Media 46 Pangkalpinang, diolah.

Tabel 4.8 menggambarkan hasil analisis vertikal berupa jumlah proporsi masing-masing aset dari tahun 2007-2011. Dilihat dari proporsi, aset tetap memiliki proporsi terbesar dibanding aset lainnya yaitu rata-rata sebesar 49,48% terdiri atas peralatan dan mesin inventaris, gedung-gedung dan inventaris lainnya. Proporsi aset tetap terbesar terjadi pada tahun 2010 atau sebesar 54,48% sedangkan aset yang memiliki porsi terkecil pada tahun 2009 sebesar 37,38%.

Untuk aset lancar tertinggi pada tahun 2007 yaitu sebesar 43,31% dan terendah pada tahun 2009 sebesar 37,38% juga aset lainnya secara kuantitatif mengalami peningkatan, namun secara proporsional juga mengalami penurunan. Dari proporsi rata-rata aset adanya keseimbangan antara porsi aset lancar dan aset tetap yaitu aset lancar sebesar 39,09% sedangkan aset tetap sebesar 49,48% dalam kurun waktu 5 tahun peran kepemimpinan

cukup baik dalam mengelola usahanya, walaupun dari proporsi tertentu adanya penurunan yang tidak begitu signifikan.

Analisis vertikal atas proporsi kewajiban, menggambarkan jumlah masing-masing proporsi kewajiban dan ekuitas, sedangkan kewajiban berupa kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang dalam tabel 4.9 dibawah ini:

Tabel 4.9
Analisis proporsi Kewajiban dan Ekuitas Dana Periode 31 Desember 2007-2011

Uraian	2007 (%)	2008 (%)	2009 (%)	2010 (%)	2011 (%)	Rasio rata-rata%
Kewajiban						
Utang dagang	0,63	0,03	0,02	0,02	0,02	0,14
Utang Pajak	0,03	0,05	0,01	0,02	0,03	0,03
Utang lainnya	2,49	0,16	0,15	0,15	0,18	0,63
Jumlah kewajiban jangka pendek	3,15	0,24	0,18	0,19	0,23	0,80
Utang jangka panjang	8,63	8,37	8,00	4,43	1,91	6,27
Jumlah kewajiban jangka panjang	8,63	8,37	8,00	4,43	1,91	6,27
Ekuitas	88,23	91,39	91,82	95,38	97,86	92,94
Jumlah Ekuitas	88,23	91,39	91,82	95,38	97,86	92,94
Jumlah kewajiban dan ekuitas	100	100	100	100	100	100

Sumber : UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang, diolah

Pada tabel 4.9 merupakan potret hasil analisis vertikal dengan cara membandingkan setiap elemen kewajiban dan ekuitas dengan total kewajiban dan ekuitas dalam neraca. Analisis proporsi kewajiban, baik kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang menunjukkan porsi paling sedikit yaitu sebesar 0,80% untuk jangka pendek dan sebesar 6,27% untuk jangka panjang ini menunjukkan bahwa sumber pembiayaan usaha sebagian besar dari modal sendiri yaitu sebesar 92,94%. Namun dari gambaran analisis proporsi aset kinerja yang paling buruk dalam mengelola aset terjadi pada tahun 2010 dimana posisi aset lancar, uang yang tersedia dalam kas terlalu besar dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, padahal bila diakumulasi dengan hutang pendek maupun jangka panjang perusahaan tersebut mampu melunasinya. Pengelolaan keuangan masih bersifat konvensional, belum terfokus hal ini dapat dilihat dari fluktuasi persediaan barang yang kurang stabil, kalau memang fokus

sebaiknya dana dialokasikan untuk memperbesar skala usaha dengan memperbesar posisi aset lancar terutama di persediaan barang.

b. Analisis Horizontal

Analisis ini memberikan gambaran terhadap pertumbuhan aset dengan cara membandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, hasil analisis horizontal UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang sebagai berikut :

1) Analisis Trend (Pertumbuhan)

Tabel 4.10
Analisis Pertumbuhan Aset Tahun 2007-2011
(000)

Tahun	Nilai Asset	Pertumbuhan asset	Prosentase
2007	3.014.000	-	-
2008	3.104.500	90.500	0,29
2009	3.124.500	20.000	0,64
2010	3.158.800	34.300	1,09
2011	3.162.000	3.200	0,10
Rata-rata	3.112.760	37.000	0,53

Sumber : UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang, diolah

Dilihat dari rasio pertumbuhan aset tahun 2008, jumlah aset lancar meningkat sebesar 0,29% dibandingkan tahun 2007, tahun 2009 meningkat sebesar 0,64% dibandingkan tahun 2008, tahun 2010 meningkat 1,09% dan tahun 2011 meningkat 0,10% dibanding tahun 2010 dengan rata-rata peningkatan pertahun sebesar 0,53%. Rasio pertumbuhan terbesar pada tahun 2010 sebesar 1,09% seiring dengan meningkatnya volume penjualan sebesar 6% dari tahun 2009 dan terkecil pada tahun 2008 sebesar 0,29%. Pada tahun 2009 pertumbuhan aset meningkat sebesar 120,68% dibandingkan tahun 2008 ini disebabkan adanya peningkatan laba bersih pada tahun 2008 sebesar 31.700.000 dan laba bersih tahun 2009 sebesar Rp.144.066.000 yaitu kenaikan sebesar Rp.112.366.000 atau naik sebesar 354,47%.

c. Analisis Rasio

1) *Analisis quick ratio*

Tabel 4.11
Analisis *Quick Ratio*
Tahun 2007-2011

Tahun	<i>Quick Assets</i>	<i>Current Liabilities</i>	<i>Quick Ratio(kali)</i>
2007	1.080.500	94.800	11,40
2008	1.130.500	7.400	152,77
2009	970.000	5.700	170,18
2010	997.000	5.934	168,01
2011	941.000	7.214	130,44

Sumber : Neraca UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang, diolah

Quick Ratio atau rasio cepat ini menunjukkan bahwa kemampuan membayar hutang jangka pendek, UMKM CV. Media 46 dari aset-aset yang sangat likuid seperti kas dan piutang. *Acid test rasio* tertinggi pada tahun 2009 sebesar 170,18 kali dan terendah pada tahun 2007 sebesar 11,40 kali dikarenakan pada tahun 2007 masih tingginya posisi *current liabilities* bila dibandingkan dengan tahun 2008 -2011 ini menunjukkan bahwa kinerja yang dilihat dari sudut *financial* dikategorikan baik karena mampu membayar hutang jangka pendek dalam waktu yang cepat.

2). *Ratio Leverage*

Mengukur tingkat *solvabilitas* perusahaan, rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansialnya seandainya perusahaan tersebut di likwidasi, analisa *Leverage* dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.12
Analisa *Leverage*
Tahun 2007-2011

(dalam rupiah)

Tahun	Ekuitas Dana	Total Hutang	Rasio Leverage
2007	2.659.200	354.800	7,49
2008	2.837.100	267.400	10,61
2009	2.868.800	255.700	11,22
2010	3.012.866	145.934	20,65
2011	3.094.256	67.744	19,13

Sumber : Neraca, diolah

Dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwa ekuitas dana pada CV. Media 46 perusahaan sangat mampu menutupi semua hutang-hutangnya pada saat terjadi likwidasi dengan tingkat rasio *leverage* tertinggi pada tahun 2010 yaitu sebesar 20,65 kali dibandingkan total hutang-hutangnya, hal ini seiring dengan meningkatnya penjualan pada tahun 2010 sebesar 6%.

3). Rasio Hutang atau *debt ratio* (*Debt to total asset ratio*)

Rasio ini memperlihatkan antara kewajiban yang dimiliki dan seluruh kekayaan yang dimiliki, semakin tinggi cenderung semakin besar resiko keuangannya bagi kreditor maupun pemegang saham. berikut ini tabel analisa *Debt ratio* sebagai berikut :

Tabel 4.13
Analisa *Debt Ratio*
Tahun 2007-2011

Tahun	Total Debt	Total Aset	Debt Ratio (%)
2007	354.800	3.014.000	0,12
2008	267.400	3.104.500	0,09
2009	255.700	3.124.500	0,08
2010	145.934	3.158.800	0,05
2011	67.744	3.162.000	0,02

Sumber : Neraca, diolah

Dari tabel diatas bahwa rasio hutang tertinggi pada tahun 2007 yaitu sebesar 0,1 2% artinya pada tahun tersebut pembiayaan usaha dari modal luar/pinjaman sebesar 0,12% bila dihubungkan dengan penjualan pada tahun 2007 meningkat sebesar 1 % dibandingkan penjualan pada tahun 2006, karena besarnya permintaan pada tahun 2007 tersebut dilakukan tambahan modal modal luar untuk membiayai permintaan dimaksud, sedangkan rasio hutang terkecil pada tahun 2011 sebesar 0,02% seiring dengan berjalannya waktu porsi modal luar semakin berkurang dikarenakan dari tahun ketahun perusahaan ini memperoleh *profit* mengalami peningkatan,

b.Rasio Hutang terhadap ekuitas atau DER (*Debt to equity ratio*)

adalah menggambarkan perbandingan utang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri untuk memnuhi seluruh kewajibannya.

Tabel analisis ratio hutang terhadap modal sendiri sebagai berikut:

Tabel 4.14
Analisa rasio hutang terhadap modal sendiri
Tahun 2007-2011

Tahun	Total Hutang	Total ekuitas	Rasio DER
2007	354.800	2.659.200	0,13
2008	267.400	2.837.100	0,09
2009	255.700	2.868.800	0,09
2010	145.934	3.012.866	0,05
2011	67.744	3.094.444	0,02

Sumber : Neraca, diolah

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dalam pendanaan perusahaan menunjukkan kemampuan modal sendiri untuk memenuhi segala kewajibannya. Rasio *DER* terbesar pada tahun 2007 sebesar 0,13% dikarenakan pada tahun tersebut banyaknya permintaan sehingga memerlukan tambahan modal luar untuk memenuhi permintaan yang dibuktikan meningkatnya penjualan sebesar 1% dibandingkan tahun 2006.

3. Rasio Profitabilitas

Adalah untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang terdiri :

a. *Gross Profit Margin*

Untuk mengukur tingkat keuntungan kotor perusahaan, semakin tinggi margin laba kotor perusahaan semakin bagus, artinya biaya produksi perusahaan itu rendah. dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.15
Analisa *Gross Profit Margin*
Tahun 2007-2011

Tahun	Laba Bersih	Penjualan	Margin laba atas penjualan (%)
2007	177.900	1.802.000	9,87
2008	31.700	1.940.000	1,63
2009	144.066	1.204.000	11,97
2010	81.390	1.276.000	6,38
2011	202.279	1.317.000	15,35

Sumber : Rugi laba, diolah

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa keuntungan pada tahun 2011 sebesar 202.279.000 atau 15,35% dan terendah pada tahun 2008 sebesar 31.700.000 atau 1,63% sedangkan angka penjualan tertinggi pada tahun 2008 sebesar 1.940.000 atau 1,63% tetapi pada tahun tersebut tingginya harga pokok penjualan yang mencapai 81,46% dari total pendapatan dan besarnya biaya operasional sebesar 15,92% dari total pendapatan dampak dari harga bahan material yang kurang stabil sehingga mengakibatkan kecilnya keuntungan bersih bila dibandingkan dengan tahun 2007, 2009, 2010 dan 2011, namun rata-rata keuntungan selama 5 tahun sebesar 9,04% dengan variabel kinerja nomor tiga puluh menyatakan bahwa terdapat peningkatan keuntungan /profit pada UMKM CV Media 46 sebanyak 37 responden menyatakan sangat setuju atau sebesar 61,67%

3. Deskripsi Data Hasil Penelitian

a. Hasil kuesioner

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah dua variabel bebas dan satu variable terikat. Variabel bebas adalah kepemimpinan (X1) dan inovasi (X2) sedangkan persepsi peningkatan kinerja (Y) adalah variabel terikat. Hipotesis pengaruh kepemimpinan, inovasi terhadap persepsi peningkatan kinerja diuji dari data primer dengan analisa regresi terhadap kuisisioner atas pernyataan-pernyataan sebagaimana tercantum pada lampiran.

1). Variabel kepemimpinan (X1)

Variabel kepemimpinan (X1) diwakili oleh sebanyak 10 item indikator dengan hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 4.16
Kuesioner Variabel Kepemimpinan dan Rekap Hasil Responden

No	Pernyataan/Indikator	Pendapat Responden					Nilai (kriteria)
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	STS (1)	
1.	Kepemimpinan perusahaan memiliki peran penting dalam mempengaruhi pegawai UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang dalam bekerja	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	31 (51,67%)	29 (48,33%)	4,48 (setuju)
2.	Kepemimpinan perusahaan selalu membuat pegawai UMKM CV Media 46 merasa terawasi dalam bekerja.	0 (0%)	1 (1,67%)	0 (0%)	29 (48,33%)	30 (50%)	4,43 (setuju)
3.	Kepemimpinan UMKM CV Media 46 bersifat ramah tamah, baik hati dan sopan santun dapat meningkatkan produktivitas karyawan	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	21 (35%)	39 (65%)	4,65 (Sangat setuju)
4.	Kepemimpinan merupakan usaha koordinasi tenaga manusia yang bertumbuh pada bakat dan kemampuan individu masing-masing yang terus menerus.	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	22 (36,67%)	38 (63,33%)	4,63 (Sangat setuju)

Tabel 4.16 Kuesioner Variabel Kepemimpinan dan Rekap Hasil Responden (Lanjutan)

No	Pernyataan/Indikator	Pendapat Responden					Nilai (kriteria)
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)	
5.	Kepemimpinan UMKM CV Media 46 memberi kesempatan kepada pegawai untuk berkembang, memberi kontribusi social sesuai dengan bakat dan kemampuan masing-masing	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	26 (43,33%)	34 (56,67%)	4,57 (Sangat setuju)
6.	Kepemimpinan UMKM CV Media 46 perusahaan bersifat objektif, jujur, luwes dan terbuka dapat meningkatkan semangat karyawan	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	26 (43,33%)	34 (56,67%)	4,57 (Sangat puas)
7.	Terdapat Kerjasama Tim pada UMKM CV Media 46	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	33 (55%)	27 (45%)	4,45 (setuju)
8.	UMKM CV Media 46 Pangkalpinang dapat beradaptasi secara cepat terhadap perubahan dalam mengatasi berbagai persoalan	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	24 (40%)	36 (60%)	4,60 (Sangat setuju)
9.	Kepemimpinan UMKM CV Media 46 Pangkalpinang berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dan keuntungan perusahaan.	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	23 (38,33%)	37 (61,67%)	4,62 (Sangat setuju)
10.	Kepemimpinan UMKM CV Media 46 Pangkalpinang dapat membangun loyalitas karyawan	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	23 (38,33%)	37 (61,67%)	4,62 (Sangat setuju)
	Jumlah	0	1	0	258	341	4,995
	Rata-rata	0	0,1	0	25,8	34,1	(Sangat setuju)

Sumber : kuesioner, diolah

Pertanyaan pertama bahwa menyatakan pentingnya peran kepemimpinan dalam mempengaruhi karyawan agar dapat melaksanakan tugasnya, sebanyak 29 responden atau sebesar 48,33% menyatakan sangat setuju, 31 responden atau sebesar 51,57% menyatakan setuju dengan nilai rata-rata sebesar 4,48 atau setuju terhadap peran kepemimpinan dalam mempengaruhi karyawannya dalam pelaksanaan tugas-tugas yang diberikan. Pada konsep kepemimpinan transformasional adalah pengaruh yang di idealkan sehingga karyawan merasa terdorong untuk melakukan tugas-tugas, mereka adalah mitra/bagian dari organisasi, mayoritas responden yang menjawab pada pertanyaan pertama didominasi pendidikan SLTA dan tingkat usia antara 31-40 tahun.

Pertanyaan kedua mengenai keberadaan kepemimpinan membuat karyawan merasa terawasi dalam bekerja, sebanyak 30 responden menyatakan sangat setuju atau sebesar 50%, sebanyak 29 responden menyatakan setuju atau sebesar 48,33% dan sebanyak 1 responden atau sebesar 1,67% menyatakan tidak setuju dengan nilai rata-rata sebesar 4,47 atau setuju terhadap kepemimpinan membuat mereka terawasi dalam bekerja dihubungkan dengan konsep kepemimpinan transformasional adalah motivasi yang inspirasional yaitu mengajak karyawan mewujudkan sebuah cita-cita bersama agar hidup dan karya mereka menjadi bermakna, pada pertanyaan kedua ini mayoritas berusia 41-55 tahun dan masa kerja 7-10 tahun.

Sikap kepemimpinan yang baik, ramah tamah, sopan santun dapat mempengaruhi kinerja karyawan dalam pertanyaan ketiga, sebanyak 39 responden atau sebesar 65% menyatakan sangat setuju dan 21 responden atau sebesar 35% menyatakan setuju, dengan nilai rata-rata 4,65 sangat setuju terhadap kepemimpinan yang bersikap ramah, baik hati, santun dapat meningkatkan produktivitas karyawan. Dalam konsep kepemimpinan transformasional adalah kepemimpinan sebagai pengaruh yang diidealkan adalah sifat-sifat keteladanan yang ditonjolkan baik dari perilaku maupun sikap, mayoritas jawaban dari responden pada semua tingkatan pendidikan, pada tingkatan usia dan lamanya bekerja.

Tanggapan responden terhadap pertanyaan keempat menyatakan bahwa kepemimpinan merupakan bakat yang bertumbuh dan merupakan kemampuan individu masing-masing yang terus menerus dapat dikembangkan sesuai kondisi sebanyak 38 responden atau sebesar 63,33% menyatakan sangat setuju dan 22 responden atau sebesar 36,67% menyatakan setuju, dengan nilai rata-rata 4,63 sangat setuju terhadap kepemimpinan merupakan bakat dan kemampuan individu masing-masing yang terus menerus dapat dikembangkan. Sesuai konsep kepemimpinan transformasional adalah stimulasi intelektual yaitu pemimpin selalu mencari hal-hal yang baru, menerima ide, gagasan, membangun

suasana pembelajaran, agar mereka siap mengatasi masalah dengan berbagai alternatif pemecahannya, mayoritas jawaban dari berbagai jenis kelamin, dan pada tingkatan usia 31-40 tahun mereka masih ingin menggali potensi-potensi diri yang dapat terus dikembangkan.

Sebanyak 34 responden atau sebesar 56,67% menyatakan sangat setuju dan 26 responden atau sebesar 43,33% menyatakan setuju terhadap pertanyaan kelima bahwa kepemimpinan memberikan kesempatan kepada karyawan untuk berkembang, sangat mendukung karyawannya dan siap memberikan kontribusi sosial sesuai dengan bakat dan kemampuan masing-masing karyawan dengan nilai rata-rata 4,57 sangat setuju. Sesuai dengan ciri dalam kepemimpinan transformasional adalah bentuk stimulasi intelektual dengan memperluas cara pandang, mengajak berpikir dan terus belajar untuk menambah wawasan, terkait dengan mayoritas pendidikan responden sebagian besar adalah berpendidikan SLTA dan mayoritas berusia 31-40 tahun.

Pertanyaan nomor enam menyatakan bahwa kepemimpinan yang karyawan rasakan bersikap objektif, jujur luwes dan terbuka sehingga kepemimpinan yang demikian dapat meningkatkan semangat bagi karyawannya, sebanyak 39 responden atau sebesar 65% menyatakan sangat setuju dan 21 responden atau sebesar 35% menyatakan setuju dengan nilai rata-rata sebesar 4,57 atau menjawab sangat setuju terhadap pentingnya dan perlunya pemimpin yang bersikap objektif, jujur, luwes dan terbuka sehingga dapat meningkatkan semangat karyawan yang berkaitan dengan kepemimpinan transformasional adalah sebagai pengaruh yang diidealkan adalah memiliki sifat-sifat keteladanan baik perilaku maupun ucapan, mayoritas dari jawaban responden telah bekerja 4-6 tahun sebanyak 32 orang karyawan atau sebesar 53,33% artinya karyawan senang terhadap kepemimpinan yang telah mereka rasakan.

Pada pertanyaan ketujuh menyatakan bahwa karyawan merasakan adanya kerjasama tim, sebanyak 27 responden atau sebesar 45% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 33

responden atau sebesar 55% menyatakan setuju, nilai rata-rata 4,45 atau setuju dengan adanya kerja sama tim yang telah terjalin selama ini.

Jawaban terhadap pertanyaan nomor delapan menyatakan bahwa kepemimpinan yang mereka rasakan dapat beradaptasi secara cepat terhadap berbagai perubahan dalam mengatasi berbagai permasalahan, sebanyak 36 responden atau sebesar 60% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 24 responden atau sebesar 40% menyatakan setuju, dengan nilai rata-rata 4,60 sangat setuju terhadap keberadaan pimpinan yang cepat beradaptasi dengan perubahan dan tanggap dalam menyelesaikan permasalahan mayoritas dari jawaban responden dengan masa kerja 7-10 tahun.

Jawaban responden terhadap pertanyaan nomor sembilan menyatakan bahwa kepemimpinan secara totalitas baik dari sisi manajemen, strategi, pengetahuan dan koneksi akan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan yang akhirnya berdampak pada peningkatan keuntungan, sebanyak 37 responden atau sebesar 61,67% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 23 responden atau sebesar 38,33% menyatakan setuju, dengan nilai rata-rata 4,62 sangat setuju tentang keberadaan pimpinan berpengaruh /berdampak terhadap peningkatan penjualan dan keuntungan perusahaan mayoritas dari jawaban responden yang mempunyai masa kerja 4-6 tahun dan 7-10 tahun.

Tanggapan terhadap pertanyaan nomor sepuluh menyatakan bahwa kepemimpinan yang mereka rasakan dapat membangun loyalitas, sebanyak 37 responden atau sebesar 61,67% menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan tersebut sedangkan 23 responden atau sebesar 38,33% menyatakan setuju, dengan nilai rata-rata sebesar 4,62 sangat setuju terhadap keberadaan pimpinan yang dapat membangun loyalitas karyawan sejalan dengan ciri dari kepemimpinan transformatif yaitu sebagai pengaruh yang diidealkan, perilaku yang dimunculkan mengutamakan kepentingan karyawan dari pada kepentingan pribadi, pemimpin menunjukkan prinsip-prinsip dan tata nilai yang harus dianut dalam pekerjaan yang

ditunjukkan melalui perilaku maupun ucapan, terbukti dengan lamanya masa kerja dari masing-masing karyawan dengan masa kerja antara 4-6 tahun sebanyak 32 karyawan atau sebesar 53,33% dan 21 karyawan atau sebesar 35% dengan lama bekerja antara 7 -10 tahun.

Dari 10 pernyataan di atas bahwa variabel kepemimpinan menunjukkan eksistensi terhadap karyawan yang sebagian besar menyatakan sangat setuju terhadap adanya kepemimpinan yang dapat mempengaruhi karyawan bekerja dengan baik, merasa terawasi, memiliki pemimpin yang ramah, santun, selalu memberikan kesempatan karyawan untuk maju, selalu memberi dukungan, bekerja dengan tim, cepat beradaptasi dengan perubahan, cepat mengatasi persoalan yang muncul, dapat membangun loyalitas karyawan sehingga pada akhirnya berdampak terhadap kinerja karyawan, kinerja perusahaan dan akan secara langsung juga berdampak pada peningkatan penjualan dan peningkatan laba perusahaan. Penelitian ini sesuai dengan pendapat Geuss (1997) dalam Ancok (2012:119) bahwa peran seorang pemimpin sangat menentukan bagi pertumbuhan dan kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Jung (2008) dalam Ancok (2012:133) bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara gaya kepemimpinan transformasional memiliki hubungan dan berpengaruh signifikan terhadap kinerja.

UNIVERSITAS TERBUKA

2). Variabel Inovasi (X2)

Variabel Inovasi (X2) diwakili oleh sebanyak 10 item indikator dengan hasil analisis sebagai berikut :

Tabel 4.17
Kuesioner Variabel Inovasi dan Rekap Hasil Responden

No	Pernyataan/Indikator	Pendapat Responden					Nilai (kriteria)
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)	
11.	UMKM CV media 46 Pangkalpinang mampu mengatasi perubahan lingkungan khususnya perubahan teknologi	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	23 (38,33%)	37 (61,67%)	4,62 Sangat setuju
12.	UMKM CV Media 46 Pangkalpinang dapat mendahului pesaing dalam proses pembuatan produk yang super cepat, efisien dan ramah dalam memberi pelayanan sehingga target produksi dan penjualan tercapai	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	20 (33,33%)	40 (66,67%)	4,67 Sangat setuju
13.	Produk UMKM CV Media 46 Pangkalpinang memiliki keunggulan dibanding produk lain	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	17 (28,33%)	43 (71,66%)	4,72 Sangat setuju
14.	UMKM CV Media 46 Pangkalpinang memiliki pabrik dan teknologi dalam sendiri memproduksi produknya	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	24 (40%)	36 (60%)	4,60 Sangat setuju
15.	UMKM CV Media 46 Pangkalpinang memiliki produk lain selain produk utama	0 (0%)	3 (5%)	2 (3,33%)	28 (46,67%)	27 (45%)	4,32 setuju
16.	Produk UMKM CV Media 46 Pangkalpinang memiliki hak cipta dan ciri khas sendiri	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	19 (31,67%)	41 (68,33%)	4,68 Sangat setuju
17.	UMKM CV Media 46 Pangkalpinang turut melibatkan konsumen dalam merancang produknya	1 (1,67%)	0 (0%)	1 (1,67%)	26 (43,33%)	32 (53,33%)	4,47 setuju
18.	Terdapat ide / gagasan dari karyawan UMKM CV Media 46 Pangkalpinang atas rancangan produk yang dibuat	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	22 (36,67%)	38 (63,33%)	4,63 Sangat setuju

Tabel 4.17 Kuesioner Variabel Inovasi dan Rekap Hasil Responden (Lanjutan)

19.	UMKM CV Media 46 Pangkalpinang memiliki hubungan bisnis kemitraan dengan pemasok dan pelanggan	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	19 (31,67%)	41 (68,33%)	4,68 Sangat setuju
20.	UMKM CV Media 46 Pangkalpinang memiliki orientasi strategi bisnis keluar	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	20 (33,33%)	40 (66,67%)	4,67 Sangat setuju
	Jumlah	1	6	9	872	1.875	4,61
	Rata-rata	0,1	0,6	0,9	87,2	187,5	Sangat setuju

Sumber : Kuesioner, diolah

Pertanyaan kesebelas menyatakan adanya upaya yang dilakukan agar tetap eksis yaitu dengan melakukan perubahan lingkungan khususnya pada perubahan teknologi sebanyak sebanyak 37 responden atau sebesar 61,67% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 23 responden atau sebesar 38,33% menyatakan setuju, dengan nilai rata-rata 4,62 sangat setuju. Hal ini ditunjukkan adanya perubahan lingkungan khususnya perubahan teknologi seperti pengadaan komputer, *E.Commerce* dan lain-lain mayoritas yang menjawab dengan tingkat pendidikan SLTA sebanyak 70%.

Pada pertanyaan kedua belas menyatakan bahwa dalam proses pembuatan produk, dilakukan sangat cepat, efisien dan memberikan pelayanan yang sangat ramah dalam pelayanan bila dibandingkan dengan pesaing yang sejenis, sebanyak 40 responden atau sebesar 66,67% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 20 responden atau sebesar 33,33% menyatakan setuju, dengan nilai rata-rata 4,67% sangat setuju. Sejalan dengan teori Ancok, (2012:40) adanya pelayanan yang cepat, ramah kepada pelanggan sesuai dengan jenis-jenis inovasi. Salah satunya inovasi pelayanan, melalui *one stop service*.

Responden menyatakan bahwa produk yang dihasilkan oleh CV Media 46 memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis, sebanyak 36 responden atau sebesar 60% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 24 responden atau sebesar 40% menyatakan setuju, dengan nilai rata-rata 4,72 sangat setuju artinya setuju produk yang

dihasilkan UMKM CV Media 46 memiliki keunggulan dibanding produk lain sesuai dengan Ancok (2012:40) artinya diperlukannya inovasi produk, seperti desain, bahan dan motif, mayoritas yang memberi jawaban dengan tingkat lamanya masa kerja 7-10 tahun.

Pertanyaan ke empat belas menyatakan bahwa sebanyak 36 responden atau sebesar 60% sangat setuju dan sebanyak 24 responden setuju atau sebesar 40% apabila memiliki pabrik sendiri dalam memproduksi produknya. Dengan nilai rata-rata 4,60 sangat setuju adanya pabrik sendiri dan memiliki teknologi sendiri, karena saat ini lokasi pabrik masih diluar kota dan belum milik sendiri, hampir seluruh responden baik jenis kelamin, semua usia, semua tingkat pendidikan dan berkaitan dengan lamanya masa kerja sangat setuju dengan pernyataan ini.

Tanggapan terhadap pertanyaan kelima belas UMKM CV Media 46 memiliki produk lain selain produk utama, menyatakan bahwa sebanyak 27 responden atau sebesar 45% menyatakan sangat setuju dan 28 responden atau sebesar 46,67% menyatakan setuju 2 responden atau sebesar 3,33% menyatakan kurang setuju dan 3 responden atau sebesar 5% menyatakan tidak setuju terhadap adanya rencana memiliki produk lain selain produk utama. Nilai rata-rata sebesar 4,32 setuju, artinya responden setuju apabila adanya rencana penambahan produk baru selain produk utama saat ini artinya kedepan diperlukan adanya modifikasi produk.

Pada pertanyaan nomor enam belas bahwa sebanyak 41 responden atau sebesar 68,33% menyatakan sangat setuju dan 19 responden atau sebesar 31,67% menyatakan setuju terhadap perlunya memiliki hak cipta dan ciri khas tersendiri, produk yang dihasilkan, diproduksi saat ini memiliki legalitas. Nilai rata-rata 4,68 sangat setuju perlunya memiliki hak cipta produk yang dihasilkan/diproduksi sesuai Ancok (2012:39) yaitu perlunya inovasi strategi dan sebagian besar dari jawab responden yang menyatakan setuju adalah pegawai dengan lama masa kerja 7-10 tahun.

Sebanyak 32 responden atau sebesar 53,33% menyatakan sangat setuju dan 26 responden atau sebesar 43,33% menyatakan setuju, 1 responden atau sebesar 1,67% menyatakan kurang setuju dan 1 responden atau sebesar 1,67% menyatakan sangat tidak setuju terhadap pertanyaan ke tujuh belas yang menghendaki pentingnya saran, masukan dari konsumen terhadap rancangan produknya. Nilai rata-rata 4,47 setuju terhadap adanya masukan saran dari konsumen terhadap rancangan produk, mayoritas jawaban diperoleh dari responden dengan usia masa kerja 7-10 tahun artinya diperlukan masukan agar mengetahui trend dan selera konsumen yang mereka rasakan berkaitan dengan pengalaman kerja.

Pada item kedelapan belas 38 responden atau sebesar 63,33% menyatakan sangat setuju, dan 22 responden atau sebesar 36,67% menyatakan setuju, menghendaki perlunya ide, gagasan dari karyawan terhadap rancangan produk yang dihasilkan dengan nilai rata-rata 4,63 sangat setuju terhadap perlunya ide, gagasan dari karyawan terhadap rancangan produk. Hal ini berkaitan dengan adanya sikap pemimpin yang menerapkan stimulasi intelektual, mencari cara baru dalam menerapkan sesuatu, memberikan tantangan, merangsang pemikiran kreatif dan memunculkan gagasan inovatif dari mereka, dan mayoritas jawaban dari responden berusia 31-40 tahun.

Pertanyaan nomor dua puluh menyatakan bahwa sebanyak 40 responden atau sebesar 66,67% menyatakan sangat setuju dan 20 responden atau sebesar 33,33% menyatakan setuju. Berarti bahwa sebagian besar responden menghendaki orientasi strategis bisnis keluar, dengan nilai rata-rata 4,67% sangat setuju terhadap perlunya orientasi strategi bisnis keluar. Jawaban ini diperoleh dari responden dengan tingkat usia 41-55 tahun dan masa kerja 7-10 tahun, sejalan dengan hasil penelitian, Soleh (2008) strategi inovasi terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan dan Kurniadi (2011) bahwa kepemimpinan dan inovasi memiliki hubungan dan berpengaruh signifikan terhadap kinerja.

3) Variabel kinerja (Y)

Variabel persepsi peningkatan Kinerja (Y) diwakili oleh sebanyak 10 item indikator dengan hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 4.18
Kuesioner Variabel persepsi peningkatan Kinerja dan Rekap Hasil Responden

No	Pernyataan/Indikator	Pendapat Responden					Nilai (kreteria)
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)	
21.	Terdapat peningkatan produksi produk UMKM CV Media 46 Pangkalpinang	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	26 (43,33%)	34 (56,67%)	4,57 Sangat setuju
22.	Terdapat peningkatan teknologi tepat guna pada UMKM CV Media 46 Pangkalpinang	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	24 (40%)	36 (60%)	4,60 sangat setuju
23.	Terdapat peningkatan jumlah karyawan UMKM CV Media 46 Pangkalpinang	0 (0%)	0 (0%)	4 (6,67%)	24 (40%)	32 (53,33%)	4,47 setuju
24.	Terdapat peningkatan pengembangan kualitas SDM UMKM CV Media 46 Pangkalpinang	0 (0%)	0 (0%)	1 (1,67%)	25 (41,67%)	34 (56,67%)	4,55 Sangat setuju
25.	Terdapat pengembangan produk baru pada UMKM CV Media 46 Pangkalpinang	0 (0%)	2 (3,33%)	1 (1,67%)	21 (35%)	36 (60%)	4,77 Sangat setuju
26.	Terdapat pengembangan pasar produk UMKM CV Media 46 Pangkalpinang	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	21 (35%)	39 (65%)	4,65 Sangat setuju
27.	Terdapat peningkatan penjualan produk UMKM CV Media 46 Pangkalpinang	0 (0%)	0 (0%)	1 (1,67%)	19 (31,67%)	40 (66,67%)	4,65 Sangat setuju
28.	Terdapat peningkatan jumlah pemasok UMKM CV Media 46 Pangkalpinang	0 (0%)	0 (0%)	2 (3,33%)	21 (35%)	37 (61,67%)	4,58 Sangat setuju
29.	Terdapat peningkatan pelanggan UMKM CV Media 46 Pangkalpinang	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	26 (43,33%)	34 (56,67%)	4,57 Sangat setuju
30.	Terdapat peningkatan keuantungan/profit UMKM CV Media 46 Pangkalpinang	1 (1,67%)	0 (0%)	2 (3,33%)	20 (33,33%)	37 (61,67%)	4,53 Sangat setuju
	Jumlah	1	4	33	908	1795	4,57
	Rata-rata	0,1	0,4	3,3	90,8	179,5	Sangat setuju

Sumber : diolah, peneliti

Setelah dilakukan penelitian terhadap 60 responden terhadap variabel kinerja yang diwakili 10 pertanyaan sebagai berikut, pada pertanyaan ke dua puluh satu sebanyak 34 responden atau sebesar 56,67% menyatakan sangat setuju dan 26 responden atau sebesar 43,33% menyatakan setuju terhadap adanya peningkatan jumlah produk pada CV Media 46. Nilai rata-rata jawaban responden 4,57 sangat setuju, yang mayoritas jawaban diperoleh dari semua tingkatan umur dan semua tingkatan pendidikan.

Pada pertanyaan kedua puluh dua sebanyak 36 responden atau sebesar 60% menyatakan sangat setuju dan 24 responden atau sebesar 40% menyatakan setuju, artinya sangat setuju dengan adanya peningkatan pemakaian teknologi dalam pelaksanaan kegiatan pada CV Media 46 mayoritas jawaban diperoleh dari responden dengan tingkat pendidikan SLTA dan S1 dan dari usia 31-40 tahun. Tanggapan terhadap pertanyaan nomor dua puluh tiga, sebanyak 32 responden atau sebesar 53,33% menyatakan sangat setuju, 24 responden atau sebesar 40% menyatakan setuju dan 4 responden 6,67 atau sebesar menyatakan kurang setuju terhadap adanya peningkatan jumlah karyawan pada CV. Media 46 Pangkalpinang yang merupakan suatu pertanda adanya kemajuan pada perusahaan yang dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak lagi dengan nilai rata-rata 4,47 setuju, mayoritas jawaban dari responden berusia 41-55 tahun dan dengan masa kerja 7-10 tahun.

Sebanyak 34 responden atau sebesar 56,67% menyatakan sangat setuju, 25 responden atau sebesar 41,67 % dengan rata-rata menjawab sangat puas terhadap peningkatan dan pengembangan SDM, mayoritas diperoleh jawaban dari responden yang berusia 31-40 tahun.

Pada pernyataan nomor dua puluh lima terdapat peningkatan pengembangan produk baru yaitu sebanyak 39 responden atau sebesar 65% menyatakan sangat setuju 25 responden atau sebesar 41,67% menyatakan setuju 1 responden atau sebesar 1,67% dan 2 responden menyatakan tidak setuju terhadap adanya pengembangan produk baru atau rata-rata sebesar

4,77 sangat setuju terhadap pengembangan produk baru, sebanyak 72% diperoleh jawaban dari responden pada tingkat masa kerja 7-10 tahun.

Tanggapan terhadap pertanyaan nomor dua puluh enam terdapat adanya pengembangan pasar produk CV media 46 antara lain melalui pameran, kerjasama dengan berbagai instansi juga sebagai sponsor pada event-event kegiatan baik yang diselenggarakan dalam negeri maupun luar negeri, sebanyak 39 responden atau sebesar 65% menyatakan sangat setuju dan 21 responden atau sebesar 35% menyatakan setuju dengan rata-rata sebesar 4,65 artinya sangat mendukung kegiatan dimaksud dalam rangka perluasan pasar seperti ikut serta dalam berbagai kegiatan pameran lokal maupun nasional mayoritas diperoleh dari jawaban responden laki-laki dan perempuan, semua tingkat pendidikan dan semua tingkatan usia.

Pada pertanyaan nomor dua puluh tujuh sebanyak 40 responden atau sebesar 66,67% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 19 responden atau sebesar 31,67% menyatakan setuju dan 1 responden atau sebesar 1,67% menyatakan kurang setuju terhadap adanya peningkatan penjualan produk pada CV Media 46 dengan nilai rata-rata 4,65 sangat setuju, mayoritas diperoleh dari jawaban responden laki-laki dan perempuan, semua tingkat pendidikan dan semua tingkatan usia.

Pada pertanyaan ke dua puluh delapan sebanyak 37 responden atau sebesar 61,67% menyatakan sangat setuju dan 21 responden atau sebesar 35% menyatakan setuju dan 2 responden atau sebesar 3,33% menyatakan kurang setuju dengan rata-rata 4,58 sangat setuju terhadap adanya peningkatan jumlah pemasok pada CV Media 46, mayoritas jawaban sangat setuju dari responden dengan masa kerja 7-10 tahun.

Tanggapan terhadap pertanyaan nomor dua puluh sembilan adalah adanya peningkatan jumlah pelanggan pada CV Media 46, sebanyak 34 responden atau sebesar 56,67% menyatakan sangat setuju dan 26 responden atau sebesar 43,33% menyatakan setuju dengan rata-rata 4,57 artinya sangat setuju terhadap adanya peningkatan jumlah pelanggan

mayoritas diperoleh dari jawaban responden laki-laki dan perempuan, semua tingkat pendidikan dan semua tingkatan usia.

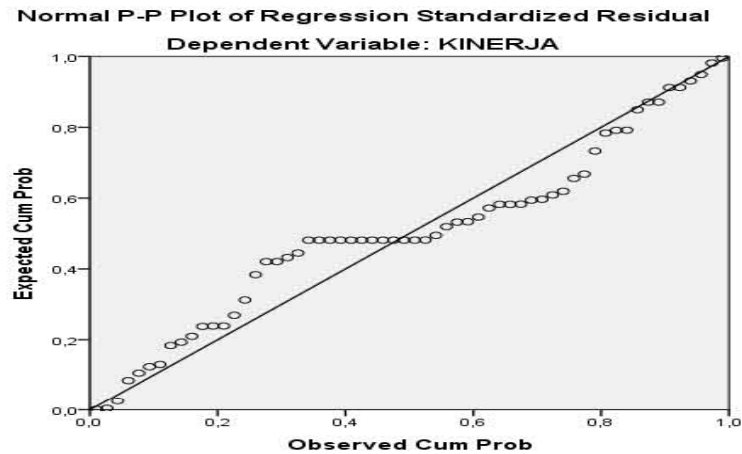
Tanggapan terhadap pertanyaan nomor tiga puluh adalah terdapat peningkatan keuntungan/profit pada CV Media 46 sesuai pernyataan sebanyak 37 responden atau sebesar 61,67% menyatakan sangat setuju, 20 responden atau sebesar 33,33 menyatakan setuju, 2 responden atau sebesar 3,33% menyatakan kurang setuju dan 1 responden atau sebesar 1,67% menyatakan sangat tidak setuju, dengan nilai rata-rata 4,53 mayoritas diperoleh dari jawaban responden laki-laki dan perempuan, semua tingkat pendidikan dan semua tingkatan usia, sedangkan yang menjawab sangat tidak setuju pada responden tingkat pendidikan sekolah dasar.

4. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik untuk mendapatkan keabsahan asumsi-asumsi dasar yang harus dipenuhi agar model tersebut tidak bias dan tidak melanggar asumsi yang berlaku dalam persamaan regresi linier seperti normalitas, auto korelasi, multikolinearitas dan heterokodatisitas dibawah ini :

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data, dilakukan dengan dua cara yaitu dibuat histogram untuk distribusi *standardized residual*, dan dibuat grafik *normal probability plot* pada setiap model, untuk memperoleh hasil yang akurat penghitungan dilakukan dengan program SPSS Versi 12.0 *for windows*, hasil sebagai berikut :



Gambar 4.6
Hasil Uji Normalitas

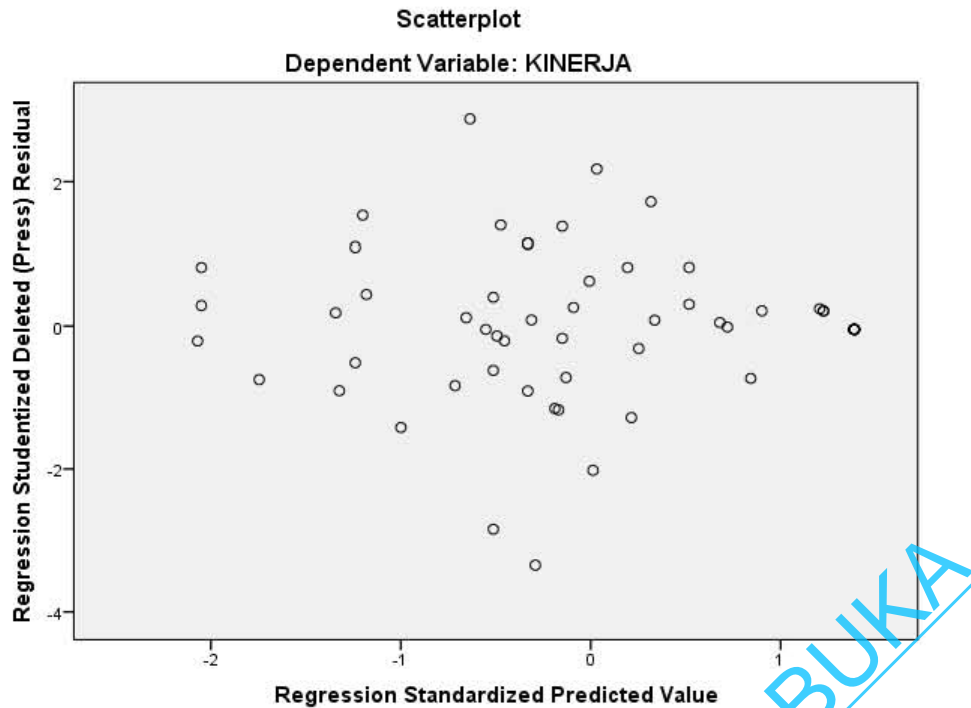
Sumber : diolah, peneliti

Gambar 4.6 *normal probability* memperlihatkan bahwa sebaran data pada chart tersebut terdapat korelasi yang kuat antara *expected cumulative probability* dengan *observed cumulative probability*, sehingga memenuhi persyaratan normalitas. Data tersebut tersebar disekitar garis lurus (garis diagonal) dan dengan arah yang mengikuti garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan normal dan model regresi ini layak dipakai.

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini digunakan untuk mengecek apakah sebaran data Y bersifat random untuk setiap nilai variabel X. Untuk keperluan pengujian tersebut dibuat *partial regression diagram* antara *predicted value* dengan residual, hasilnya dapat dikemukakan sebagai berikut

:



Gambar 4.7
Partial Regression Plot

Sumber : diolah, peneliti

Gambar 4.7 di atas memperlihatkan bahwa data terpencah disekitar angka 0 (0 pada sumbu Y), dan tidak membentuk suatu pola atau trend garis tertentu. Dengan demikian data tersebut dapat dikatakan tidak bersifat heteroskedastisitas dan memenuhi persyaratan untuk analisa regresi.

c. Uji Autokorelasi

Dari hasil perhitungan dengan program SPSS, pengaruh kepemimpinan (X1) dan Inovasi (X2) terhadap kinerja (Y) pada CV. Media 45 Pangkalpinang diperoleh nilai statistik Durbin Watson sebesar 1.968 sesuai dengan kriteria bahwa apabila Durbin Watson-nya terletak diantara batas atas atau *upper bound*

(du) dan ($4-du$), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada korelasi.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.19
Uji autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,848 ^a	,719	,709	1,96805	1,896

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Koefisien determinasi pada tabel 4.19 di atas bahwa nilai $R = 0,848$ yang artinya pengaruh kepemimpinan dan inovasi secara bersama-sama mempunyai hubungan yang kuat terhadap kinerja, diperoleh koefisien *determinasi (r-square)* sebesar 0,719. Nilai ini dapat didefinisikan bahwa sebesar 71,90% variabel kinerja dapat dijelaskan oleh variabel kepemimpinan dan inovasi, sedangkan sisanya sebesar 28,10% oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

d. Uji Multikolinearitas

“ *Uji Multikolinearitas* bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas yang diuji *VIF* benar-benar bebas. Cara yang digunakan adalah dengan menghitung *tolerance* dan (*variance inflation factor*). Dari hasil perhitungan dengan SPSS diperoleh nilai *tolerance* dan nilai *VIF* untuk masing-masing tahapan penelitian, peneliti kemukakan pada tabel berikut :

Tabel: 4.20
Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-3,091	4,066		-,760	,450		
1 KEPEMIMPINAN	,501	,110	,429	4,562	,000	,557	1,796
INOVASI	,562	,106	,499	5,307	,000	,557	1,796

a. Dependent Variable: Persepsi penilaian KINERJA

Diketahui bahwa nilai *tolerance* mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara dimensi kepemimpinan (X1), inovasi (X2) atau dikatakan tidak terjadi *multicollinearity*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *VIF* yang diperoleh < 10 , maka dapat dikatakan bahwa tidak ada *multicollinearity* antar variabel bebas yang diwakili dimensi

kepemimpinan (X1) dan Inovasi (X2). Dengan demikian model regresi berganda yang digunakan untuk variabel bebas dimensi kepemimpinan (X1) dan Inovasi (X2) terhadap variabel terikat yaitu persepsi peningkatan kinerja (Y) dapat digunakan.

5. Persamaan Regresi

Analisa regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas yaitu variabel kepemimpinan (X1) dan Inovasi (X2) terhadap variabel terikat adalah persepsi peningkatan kinerja. Hasil perhitungan adalah sebagaimana tercantum pada tabel 4.20 berikut ini :

Tabel 4.20
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,848 ^a	,719	,709	1,968

a. Predictors: (Constant), INOVASI, KEPEMIMPINAN

b. Dependent Variable: Persepsi peningkatan KINERJA

Model Summary tersebut di atas dengan koefisien korelasi (r) sebesar 0,848 menunjukkan hubungan langsung antara kepemimpinan dan inovasi terhadap persepsi peningkatan kinerja sebesar 84,8%. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,719 menunjukkan bahwa variabel dependen persepsi peningkatan kinerja mampu dijelaskan oleh variabel independen (kepemimpinan dan inovasi) sebesar 71,9% dan sisanya sebesar 28,1% oleh variabel lain.

D. Pengujian Hipotesis dilakukan terhadap masing-masing hipotesis sebagai berikut :

a. Uji regresi simultan (uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas dan terikat. Tabel 4.22 dibawah ini dapat diketahui sebagai berikut :

Tabel 4.22
 Nilai F hitung untuk variabel persepsi peningkatan kinerja (Y)
 ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	564,826	2	282,413	72,914	,000 ^b
Residual	220,774	57	3,873		
Total	785,600	59			

a. Dependent Variable: PERSEPSI PENINGKATAN KINERJA

b. Predictors: (Constant), INOVASI, KEPEMIMPINAN

Dari Tabel 4.22 didapat nilai F hitung sebesar 72.914 dengan nilai signifikan 0,000. Nilai kritis F tabel dengan derajat bebas pada α (0,05) sebesar 3,873. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama kepemimpinan (X1) dan inovasi (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap persepsi peningkatan kinerja. Nilai probabilitas sebesar 0,0000 atau lebih kecil dari α 0,005 sehingga hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil penelitian menyatakan bahwa kepemimpinan dan inovasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja

Hal ini tercermin dari volume penjualan dalam kurun waktu 10 tahun cenderung meningkat, adanya peningkatan jumlah tenaga kerja, bertambahnya desain, motif, dan meningkatnya profit. Sejalan penelitian sebelumnya seperti Maulana (2012), Ratna (2011), Kurniadi (2011), Torisa (2011), Soleh (2008) dan Suaedi (2005).

b. Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yang menunjukkan perbedaan secara signifikan untuk kedua kelompok independen sebagai berikut :

1). Pengaruh kepemimpinan terhadap persepsi peningkatan kinerja

Hasil penelitian jika nilai $\text{sign} < 0,05$ maka keputusannya H_0 ditolak dan H_a diterima atau dengan membandingkan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka keputusannya H_0 ditolak dan H_a

diterima. Hasil uji regresi masing-masing variabel bebas sebagaimana tergambar pada tabel 4.23.

Tabel 4.23
Uji t Hitung Variabel Kepemimpinan terhadap persepsi peningkatan Kinerja
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3,091	4,066		-,760	,450
KEPEMIMPINAN (X1)	,501	,110	,429	4,562	,000

Sumber : diolah peneliti

Tabel 4.23 diperoleh persamaan regresi linier sederhana $Y = (-3,091) + 0,501 X1$. Persamaan ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan 1 satuan kepemimpinan akan meningkatkan persepsi peningkatan kinerja sebesar 0,501 satuan. Dari hasil perhitungan diperoleh probabilitas sebesar 0,000 atau lebih kecil dari α (0,05) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel kepemimpinan berpengaruh terhadap persepsi peningkatan kinerja

Indikator yang digunakan dalam meneliti variabel kepemimpinan diantaranya kemampuan mempengaruhi, keteladanan, kerjasama, kejujuran, menginspirasi, sehingga mendorong pegawai untuk bekerja dengan lebih baik sehingga dapat menghasilkan output yang diharapkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maulana (2012) dengan hasil penelitian pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap birokrasi Pemerintah di Kabupaten Bangka Selatan, didukung oleh Kurniadi (2011), Torisa (2011) dan Suaedi (2005) dengan hasil penelitian bahwa kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja dan terlihat dari meningkatnya profit setiap tahun, bertambahnya jumlah karyawan, lamanya karyawan bekerja, eksisnya perusahaan serta diraihnya berbagai jenis penghargaan dan

beralihnya status usaha dari usaha mikro menjadi kecil dan bahkan hampir ke skala usaha menengah.

2) Pengaruh inovasi terhadap persepsi peningkatan kinerja

Hasil regresi uji t terhadap data primer untuk variabel inovasi diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.24
Uji t hitung untuk variabel inovasi (X2)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3,091	4,066		-,760	,450
INOVASI (X 2)	,562	,106	,499	5,307	,000

Sumber : Data diolah peneliti.

Dari tabel 4.22 di atas diperoleh persamaan regresi $Y = (3,091) + 0,562 X_2$. Persamaan ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan 1 satuan inovasi akan meningkatkan persepsi peningkatan kinerja sebesar 0,562 satuan. Dari hasil perhitungan, nilai signifikan (p value) sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya semakin baik inovasi yang dikembangkan, semakin meningkat persepsi peningkatan kinerja atau prestasi yang akan dicapai, karena inovasi menurut Porter (1998), pandangan bahwa bisnis adalah “sebuah bisnis untuk mengungguli, bukannya saling membantu, telah menjadi dasar mengapa inovasi harus menjadi bagian penting keunggulan.”

Indikator inovasi yang digunakan antara lain inovasi proses, inovasi metode, inovasi struktur organisasi, inovasi hubungan, inovasi strategi, inovasi pola pikir, inovasi produk serta inovasi pelayanan. Faktor inovasi berpengaruh terhadap kinerja ditunjukkan oleh kemampuan pemimpin selama ini telah melakukan perubahan/penambahan dari teknologi seperti akses internet, *e.commerce*, penambahan/penggantian komputer baru, cepat dalam pelayanan, memiliki keunggulan dari corak/desain jenis bahan menciptakan produk baru, telah memiliki Hak Kekayaan Intelektual (HKI).

Hal ini menunjukkan variabel inovasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja hasil ini didukung penelitian terdahulu oleh Ratna (2011), Kurniadi (2011) Soleh (2008) dan Suaedi (2012) bahwa Inovasi berpengaruh terhadap kinerja.

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis terhadap data yang didapat selama penelitian pada UMKM CV Media 46 Pangkalpinang, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kepemimpinan secara parsial berpengaruh positif terhadap variabel penilaian kinerja UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang, dari hasil uji t dapat dilihat bahwa nilai probabilitas yang dihasilkan adalah sebesar 0,000 kurang dari nilai $\alpha=0,05$ berarti kepemimpinan berpengaruh terhadap peningkatan kinerja dengan tingkat signifikan sebesar 0,501. Hal ini dicerminkan juga dari analisis keuangan UMKM CV. Media 46 Pangkalpinang rata-rata pertumbuhan aset sebesar 0,53% tahun dengan tingkat rasio likwiditas rata-rata 149,87 kali di atas (rata-rata industri sebesar 4.2 kali) serta tingkat rasio profitabilitas dicapai rata-rata 9,04% atau lebih tinggi dari rata-rata industri sebesar 5%. Selain itu meningkatnya tenaga kerja sebanyak 18 orang atau sebesar 42,85% serta meningkatnya status UMKM CV Media 46 dari usaha kecil menjadi usaha menengah.
2. Variabel inovasi secara parsial berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja, dari hasil uji t dapat dilihat bahwa nilai probabilitas yang dihasilkan adalah sebesar yang nilainya 0,000 kurang dari $\alpha=0,05$ berarti inovasi berpengaruh terhadap peningkatan kinerja dengan signifikan sebesar 0,562 juga didukung dengan bertambahnya jumlah jenis bahan yang diproduksi dalam kurun waktu selama 4 tahun meningkat sebanyak 60% dan jumlah desain meningkat sebesar 56 % pada tahun 2011 dibandingkan tahun 2007.

3. Variabel kepemimpinan dan inovasi secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel peningkatan kinerja, dari hasil uji F dapat dilihat bahwa nilai probabilitas yang dihasilkan sebesar 0,000 kurang dari $\alpha=0,05$. Besarnya pengaruh variabel kepemimpinan dan inovasi secara simultan berpengaruh terhadap peningkatan kinerja adalah sebesar 70,9% artinya baik variabel kepemimpinan maupun inovasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap peningkatan kinerja. Hal ini didukung dengan hasil analisa keuangan dari sisi pertumbuhan aset, profit margin perusahaan yang terus meningkat. Sesuai pendapat Geuss (1997) dalam Ancok (2012:119) bahwa peran seorang pemimpin sangat menentukan bagi pertumbuhan dan kelangsungan hidup sebuah perusahaan, Maulana (2012) kepemimpinan transformasional dan transaksional berpengaruh terhadap kinerja dan Jung (2008) dalam Ancok (2012:133) bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara gaya kepemimpinan transformasional dan transaksional dengan inovasi dalam perusahaan dan Kurniadi (2011) menyatakan bahwa kepemimpinan dan inovasi memiliki hubungan dan berpengaruh signifikan terhadap kinerja.

B. Saran

1. Bagi Praktisi

- a. UMKM sebagai pelaku usaha khususnya CV Media 46 Pangkalpinang dari hasil penelitian (jawaban responden) untuk mendukung peningkatan kinerja ada beberapa referensi yang dapat dijadikan pedoman bahwa kehadiran pimpinan tidak perlu bentuknya seperti bentuk pengawasan, namun lebih menanamkan saling percaya, sebaiknya dituangkan dalam tupoksi masing-masing secara tertulis. Karyawan mengharapkan pimpinan dapat memberikan kesempatan untuk mengembangkan ide-ide, saran demi kemajuan organisasi an bagi yang ide, saran nya diterima, sebaliknya bagi yang kurang mendukung organisasi dapat menerapkan *reward and funishment* sehingga

dapat menumbuhkan motivasi, semangat bagi karyawan yang merupakan suatu team yang saling mendukung satu sama lain.

Untuk mendukung peningkatan kinerja inovasi pada UMKM CV Media 46 Pangkalpinang dapat dilakukan dengan melakukan produksi ditempat sendiri, menambah outlet baik dalam maupun luar daerah sehingga produk mudah didapat dan membangun jaringan kemitraan yang lebih luas.

- b. Pemerintah sebagai pengambil kebijakan diharapkan dapat menjadi salah satu *reference* dalam membuat suatu kebijakan yang benar-benar berpihak kepada ekonomi kerakyatan (UMKM) dilakukan dalam bentuk pelatihan kepemimpinan yang berjiwa *entrepreneur*, budaya sadar resiko (*Risk management*) menyelenggarakan lomba-lomba (*Award*) untuk merangsang tumbuhnya *entrepreneur-entrepreneur* baru dari kalangan pemuda/pelajar/ pensiun *entrepreneur*, melakukan lomba-lomba yang memacu munculnya inovasi baru, menetapkan rating penilaian UMKM sukses sesuai kriteria, mendirikan galeri UMKM di tiap-tiap provinsi/kab/kota, penetapan tata ruang untuk lokasi UMKM dan adanya kebijakan khusus tentang pemberdayaan UMKM yang dilakukan melalui lintas sektor, wilayah dan Lembaga.
2. Bagi Teoritis, peneliti selanjutnya hendaknya menggali variabel lain yang berpengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM seperti aspek pemasaran, aspek produksi, aspek keuangan dalam pengukuran kinerja dan menggunakan yang lain dengan menambahkan berbagai konsep dan teori serta menggunakan alat analisa yang lain sehingga faktor-faktor/kendala yang menghambat berkembangnya UMKM dapat teratasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, D. (2012). *Kepemimpinan dan inovasi*. Jakarta: Erlangga.
- Alma, B. (2010). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Bahaudin, T. (2003). *Brainware manajemen*. Jakarta: Gramedia.
- Cristiananta. (2010). *Manajemen strategik*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Dinas Koperasi UMKM Provinsi Kepulauan Bangka Belitung (2011) *Laporan Akuntabilitas Kinerja Pemerintah*
- Ekawati, E. (2009). *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Fahmi, I. (2012). *Manajemen kepemimpinan teori & aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Gallo, C. (2009). *Rahasia sederhana para pebisnis terhebat di dunia*. Jakarta: Bhuana Ilmu.
- Hanggraeni, D. (2009). *Pengaruh privatisasi terhadap tata kelola & kinerja perusahaan PT Indofarma (Persero) Tbk*, Disertasi, Yogyakarta: S3 Program Studi Antar Bidang Universitas Gajah Mada.
- Hanggraeni, D. (2012). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Iswanto, Y. (2005). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Kartono, K. (2010). *Pemimpin & kepemimpinan raja*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Kurniadi, M. (2012). *Pengaruh Kepemimpinan dan Inovasi terhadap kinerja PT. Betawi Mas Cemerlang*. Library.binus.ac.id/e Colls diakses tanggal 30 Nopember 2012.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI, *Jumlah entrepreneur di Indonesia*, www.depkop.id diakses tanggal 8 Desember 2012.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2010) *Revitalisasi Koperasi & UKM Menuju Kesejahteraan Rakyat*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI
- Kementerian Koperasi & UMK R I. (2008) *Undang-undang UMKM*. Jakarta : Kementerian Koperasi dan UKM RI
- Maulana A,E. (2012). *Kepemimpinan Transpormasional dalam Birokrasi Pemerintahan*. Jakarta: Multicerdas
- Negara, L.A (2008). *Pengembangan potensi diri*. Jakarta: LAN.

- Negara, L.A (2008). *Kepemimpinan dialam terbuka* .Jakarta: LAN
- Nawawi, H. (2008). *Manajemen sumber daya manusia untuk bisnis yang kompetitif*. Yogyakarta: Gajah Mada.
- Negara, L. A. (2008). *Kepemimpinan dalam ragam budaya*. Jakarta: LAN.
- Nugraha, R. (2012). *Jangan jadi pemimpin sebelum baca buku ini*. Jakarta: Visimedia.
- Oliver, S. (2006). *Strategi public relation*. Jakarta: Erlangga.
- Prihadi, T.(2012). *Memahami laporan keuangan*.Jakarta: PPM
- Rahman.(2006). *Kewirausahaan & rencana bisnis*.Bandung: Lembaga penelitian Universitas Pasundan.
- Ratna,P (2011). *Pengaruh strategi Inovasi terhadap kinerja operasional pada UKM di Desa Wukirsari,kab Bantul*,Repisitory.upnyk.ac.id/2801/1/ diakses tanggal 30 Nopember 2012.
- Riana, M. (2011). *A gift from a friend*. Jakarta: Gramedia pustaka utama.
- Sangadji, E. & Sopiah. (2010). *Metodologi penelitian: pendekatan praktis dalam penelitian*. Yogyakarta: Andi
- Soleh (2008). *Analisis strategi inovasi terhadap kinerja perusahaan pada UKM manufaktur di Kota Semarang*, Library binus.ac.id/e Colls/e Thesis/lain-lain/2012-1-00466. Diakses tanggal 30 Nopember 2012
- Sloane, P.(2007). *The Innovative Leader*.Jakarta:Buana Ilmu
- Suaedi, F. *Pengaruh Struktur organisasi, Budaya Organisasi, Kepemimpinan, Aliansi strategis terhadap Inovasi organisasi dan Kinerja organisasi Hotel Bintang Tiga di Jawa Timur*,diakses tanggal 30 Nopember 2012
- Sugiono. (2010). *Metodologi penelitian kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sylvana, A&Supriyatna,D.(2011).*Manajemen*.Jakarta: Universitas Terbuka.
- Tambunan. (2009). *Usaha mikro kecil & menengah di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tim Fisip.(2009). *Kepemimpinan*.Jakarta: Universitas Terbuka.
- Uno, S.(2012). *From zero to hero*.Jakarta: Buku pintar.

Umam, C.(2010). *Perilaku organisasi*. Bandung: Pustaka Setia.

Utami, T,I. (2011) *Pengaruh gaya kepemimpinan transformasional terhadap motivasi kerja pada PT Trade Servistma Tangerang*.fe.budiluhur.ac.id/2011/05 diakses tanggal 5 Januari 2013.

Yulk, G.(2009). *Kepemimpinan dalam organisasi*. Jakarta: Indeks.

UNIVERSITAS TERBUKA

Lampiran 1.

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS TERBUKA

PROGRAM PASCASARJANA

Jl.Cabe Raya, Pondok Cabe Ciputa 15418

BIODATA

Nama : Saudahwati

NIM : 015624755

Tempat Tanggal Lahir : Kotawaringin (Bangka), 17 September 1965

Registrasi Pertama : 2010. 2

Riwayat Pendidikan : - SD Negeri 3 Pangkalpinang,1979
 - SMP N 2 Pangkalpinang, 1982
 - SMEA Negeri 1 Pangkalpinang,1985
 - Sarjana Ekonomi Pertiba Pangkalpinang, 2006

Riwayat Pekerjaan : - PNS Departemen Koperasi Kota Pangkalpinang,
 1986-2000
 - PNS Pemerintah Kota Pangkalpinang, 2001-2008
 - PNS Pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka
 , 2008-sekarang

Alamat : Jl.Bathin Iso No.138 Kel.Keramat, Kec.Rangkui
 Pangkalpinang, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung
 Telepon (0717) 435313

Lampiran 2

KUESIONER PENELITIAN

Perihal : Permohonan Pengisian Kuesioner
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Judul Penelitian : Pengaruh Kepemimpinan dan Inovasi terhadap persepsi peningkatan Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada CV Media 46 Pangkalpinang).

Dengan hormat,

Dalam rangka penulisan TAPM di Universitas Terbuka sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas akhir pada Program Pasca Sarjana Magister Management, maka saya mohon pada Bapak/Ibu/ Saudara untuk mengisi kuesioner yang telah disampaikan.

Kuesioner ini bukan berasal dari pihak pemerintah atau lembaga yang lain, oleh sebab itu Bapak/Ibu/ Saudara tidak perlu ragu-ragu dalam memberi jawaban dengan sejujurnya. Artinya bahwa semua jawaban yang diminta sesuai dengan kondisi yang dirasakan oleh Bapak/Ibu/Saudara selama ini. Setiap jawaban yang diberikan merupakan suatu bantuan yang berharga bagi penelitian ini.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Pangkalpinang, Januari 2012

Hormat saya,

SAUDAHWATI

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Pekerjaan :

Tingkat Pendidikan :

Alamat :

Petunjuk Cara Pengisian :

Berikan **PENDAPAT** pada pernyataan-pernyataan berikut dengan melingkari jawaban yang Anda anggap paling sesuai.

Contoh :

a).	Terdapat peningkatan keuantungan/profit UMKM CV Media 46 Pangkalpinang	1	2	3	X	5

Berikut ini daftar pertanyaan mengenai **PENDAPAT** Bapak/Ibu/ Saudara sebagai karyawan CV. Media 46 Pangkalpinang

Petunjuk : Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang anda pilih dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Kurang Setuju (KS)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Lampiran 2 lanjutan

No	Pernyataan/Indikator	Pendapat Responden					
		STS (1)	(TS) 2	(KS) 3	(S) 4	(SS) 5	
Kepemimpinan							
1.	Kepemimpinan perusahaan memiliki peran penting dalam mempengaruhi pegawai UMKMCV Media 46 Pangkalpinang dalam bekerja						
2.	Kepemimpinan perusahaan selalu membuat pegawai UMKM CV Media 46 merasa terawasi dalam bekerja						
3.	Kepemimpinan UMKM CV Media 46 bersifat ramah tamah, baik hati dan sopan santun dapat meningkatkan produktivitas karyawan						
4.	Kepemimpinan merupakan usaha koordinasi tenaga manusia yang bertumbuh pada bakat dan kemampuan individu masing-masing yang terus menerus.						
5.	Kepemimpinan UMKM CV Media 46 memberi kesempatan kepada pegawai untuk berkembang, memberi kontribusi social sesuai dengan bakat dan kemampuan masing-masing						
6.	Kepemimpinan UMKM CV Media 46 perusahaan bersifat objektif, jujur, luwes dan terbuka dapat meningkatkan semangat karyawan						
7.	Terdapat Kerjasama Tim pada UMKM CV Media 46 Pangkalpinang						

Lampiran 2 lanjutan

8.	UMKM CV Media 46 Pangkalpinang dapat beradaptasi secara cepat terhadap perubahan dalam mengatasi berbagai persoalan						
9.	Kepemimpinan UMKM CV Media 46 Pangkalpinang berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dan keuntungan perusahaan.						
10.	Kepemimpinan UMKM CV Media 46 Pangkalpinang dapat membangun loyalitas karyawan						

UNIVERSITAS TERBUKA

Lampiran 2 lanjutan

Inovasi

No	Pernyataan/Indikator	Pendapat Responden				
		STS (1)	(TS) 2	(KS) 3	(S) 4	(SS) 5
11.	UMKM CV media 46 Pangkalpinang mampu mengatasi perubahan lingkungan khususnya perubahan teknologi					
12.	UMKM CV Media 46 Pangkalpinang dapat mendahului pesaing dalam proses pembuatan produk yang super cepat, efisien dan ramah dalam memberi pelayanan sehingga target produksi dan penjualan tercapai					
13.	Produk UMKM CV Media 46 Pangkalpinang memiliki keunggulan dibanding produk lain					
14.	UMKM CV Media 46 Pangkalpinang memiliki pabrik dan teknologi dalam sendiri memproduksi produknya					
15.	UMKM CV Media 46 Pangkalpinang memiliki produk lain selain produk utama					
16.	Produk UMKM CV Media 46 Pangkalpinang memiliki hak cipta dan ciri khas sendiri					
17.	UMKM CV Media 46 Pangkalpinang turut melibatkan konsumen dalam merancang produknya					
18.	Terdapat ide / gagasan dari karyawan UMKM CV Media 46 Pangkalpinang atas rancangan produk yang dibuat					
19.	UMKM CV Media 46 Pangkalpinang inovasi memiliki hubungan bisnis kemitraan dengan pemasok dan pelanggan					
20.	UMKM CV Media 46 Pangkalpinang memiliki orientasi strategi bisnis keluar					

No.	Pernyataan/Indikator	Pendapat Responden				
		STS (1)	(TS) 2	(KS) 3	(S) 4	(SS) 5
21.	Terdapat peningkatan produksi produk UMKM CV Media 46 Pangkalpinang					
22.	Terdapat peningkatan teknologi tepat guna pada UMKM CV Media 46 Pangkalpinang					
23.	Terdapat peningkatan jumlah karyawan UMKM CV Media 46 Pangkalpinang					
24.	Terdapat peningkatan pengembangan kualitas SDM UMKM CV Media 46 Pangkalpinang					
25.	Terdapat pengembangan produk baru pada UMKM CV Media 46 Pangkalpinang					
26.	Terdapat pengembangan pasar produk UMKM CV Media 46 Pangkalpinang					
27.	Terdapat peningkatan penjualan produk UMKM CV Media 46 Pangkalpinang					
28.	Terdapat peningkatan jumlah pemasok UMKM CV Media 46 Pangkalpinang					
30.	Terdapat peningkatan pelanggan UMKM CV Media 46 Pangkalpinang					

Lampiran 3

VARIABEL KEPEMIMPINAN

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	60	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,824	10

Lampiran 4

Validitas persepsi Kepemimpinan											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	JML
1	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
2	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	43
3	5	2	5	4	4	4	4	4	5	4	41
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	47
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
11	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	47
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
14	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	45
15	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
16	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	46
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	44
19	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	45
20	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
21	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
22	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
23	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
24	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	43
27	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	45
28	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	42
	140	135	141	140	138	141	137	138	140	140	1390
htg	0,70	0,70	0,62	0,55	0,58	0,65	0,71	0,67	0,48	0,66	
tbl	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	

Lampiran 5

Uji validitas persepsi variabel inovasi

	P11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	JML
1	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	43
2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	47
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	45
9	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
10	5	5	5	5	4	5	1	5	5	5	45
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	47
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
16	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	45
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	47
19	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	44
20	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
21	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	47
22	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
23	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	45
27	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
28	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
jml	141	142	142	138	132	140	133	141	141	139	1389
htg	0,76	0,69	0,73	0,70	0,36	0,68	0,52	0,74	0,61	0,67	
table	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	

Lampiran 6

Uji validitas persepsi Kinerja

	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	JML
1	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
2	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	45
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	47
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
12	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	47
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
15	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	44
16	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	43
17	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
18	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	45
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
21	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
22	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	44
26	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
29	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	46
30	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
jml	141	141	137	140	137	141	144	141	140	140	1402
htg	0,75	0,75	0,63	0,69	0,41	0,71	0,79	0,80	0,77	0,79	
tab	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	

Lampiran 7

VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL PERSEPSI PENINGKATAN KINERJA

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	60	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,802	10

UNIVERSITAS TERBUKA

Lampiran 8

VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL INOVASI

RELIABILITY

```

/VARIABLES=ITEM1 ITEM2 ITEM3 ITEM4 ITEM5 ITEM6 ITEM7 ITEM8 ITEM9
ITEM10

```

```

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

```

```

/MODEL=ALPHA

```

```

/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE

```

```

/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	60	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,802	10

HASIL REGRESI

REGRESSION

```

/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT KINERJA
/METHOD=ENTER KEPEMIMPINAN INOVASI
/SCATTERPLOT=( *SDRESID , *ZPRED)
/RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID) .

```

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KINERJA	45,80	3,649	60
KEPEMIMPINAN	45,85	3,124	60
INOVASI	46,07	3,241	60

Correlations

		KINERJA	KEPEMIMPINAN	INOVASI
Pearson Correlation	KINERJA	1,000	,762	,785
	KEPEMIMPINAN	,762	1,000	,666
	INOVASI	,785	,666	1,000
Sig. (1-tailed)	KINERJA	.	,000	,000
	KEPEMIMPINAN	,000	.	,000
	INOVASI	,000	,000	.
N	KINERJA	60	60	60
	KEPEMIMPINAN	60	60	60
	INOVASI	60	60	60

Variables Entered/Removed^a

HASIL REGRESI

REGRESSION

```

/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT KINERJA
/METHOD=ENTER KEPEMIMPINAN INOVASI
/SCATTERPLOT=( *SDRESID , *ZPRED)
/RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID) .

```

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KINERJA	45,80	3,649	60
KEPEMIMPINAN	45,85	3,124	60
INOVASI	46,07	3,241	60

Correlations

		KINERJA	KEPEMIMPINAN	INOVASI
Pearson Correlation	KINERJA	1,000	,762	,785
	KEPEMIMPINAN	,762	1,000	,666
	INOVASI	,785	,666	1,000
Sig. (1-tailed)	KINERJA	.	,000	,000
	KEPEMIMPINAN	,000	.	,000
	INOVASI	,000	,000	.
N	KINERJA	60	60	60
	KEPEMIMPINAN	60	60	60
	INOVASI	60	60	60

Variables Entered/Removed^a

Lampiran 8

Identitas Responden

No.	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Tingkat Pendidikan	Lama bekerja
1	Eko Warsito	L	34	karyawan	SMA	5 tahun
2	Purwanto	L	27	karyawan	SMA	4,3 tahun
3	Selamet	L	30	karyawan	SMA	2 tahun
4	Tugiman	L	30	karyawan	SMA	3 tahun
5	Tri Warsito	L	30	karyawan	SMA	4 Tahun
6	Arie Suseo	L	27	karyawan	SMA	4 tahun
7	Suparto	L	34	karyawan	SMA	6 tahun
8	Prasetyo	L	29	karyawan	SMA	2 tahun
9	Astuti	P	35	karyawan	SMA	1 tahun
10	Bambang	L	29	karyawan	SMA	3,6 tahun
11	Andri	L	40	karyawan	SMP	2 tahun
12	Prabiwi	P	38	karyawan	SMP	7 tahun
13	Fuji	P	36	karyawan	SMA	8 tahun
14	Adriyani	P	42	karyawan	SMP	6 tahun
15	Anggun	P	32	karyawan	SMA	4 tahun
16	Ariyani	P	40	karyawan	SMP	1 tahun
17	Asep	L	39	karyawan	SMP	2 tahun
18	Nugroho	L	40	karyawan	SMP	9 tahun
19	Fajar	L	40	karyawan	SMA	7 tahun
20	Astuti	P	28	Karyawan	SMA	3 tahun
21	Suryani	P	30	Karyawan	SMEA	3 tahun

22	Suryati	P	40	Karyawan	SMA	6 tahun
23	Tugiyah	P	48	Karyawan	SMP	7 tahun
24	Tumilah	P	48	Karyawan	SMEA	3 tahun
25	Mardiah	P	20	Karyawan	SMEA	2 tahun
26	Arsih	P	28	Karyawan	SMEA	4 tahun
27	Wargito	L	50	Karyawan	SMA	3,2 tahun
28	Suradman	L	48	Karyawan	SMA	5 tahun
29	Suhartono	L	45	Karyawan	STM	4,3 tahun
30	Nagino	L	49	Karyawan	STM	6 tahun
31	Bejo	L	53	Karyawan	SMP	9,2 tahun
32	Seno	L	48	Karyawan	SMA	8 tahun
33	Catur	L	36	karyawan	SMA	5 tahun
34	Arsani	L	37	karyawan	STM	4 tahun
35	Budin	L	42	karyawan	SMA	7 tahun
36	Andri wijaya	L	46	karyawan	S1	8 tahun
37	Hardiman	L	37	karyawan	SD	5 tahun
38	Engkus	L	37	karyawan	SMA	4 tahun
39	Dian nugroho	L	32	karyawan	S1	6 tahun
40	Joni purnama	L	46	karyawan	SMP	6 tahun
41	Andika	L	39	karyawan	SMP	5,5 tahun
42	Bardin	L	43	karyawan	SMP	6,2 tahun
43	Zainuddin	L	36	karyawan	SMA	7 tahun
44	Rahadi	L	52	karyawan	SMA	8 tahun
45	zeln arofah	L	43	karyawan	SMA	5,6 tahun

46	Rifandi	L	47	karyawan	SLTA	3,4 tahun
47	Mardi setiawan	L	38	karyawan	SLTP	4,4 tahun
48	Gunadi	L	42	karyawan	SLTP	7 tahun
49	Aan sukmana	L	33	karyawan	SMA	3 tahun
50	Dio	L	27	karyawan	SLTP	3 tahun
51	Maulana	L	39	karyawan	SLTP	5,2 tahun
52	Andi rozano	L	42	karyawan	SMA	8 tahun
53	Zufriady	L	45	karyawan	SMA	6,2 tahun
54	Zarkani	L	45	karyawan	SMA	3 tahun
55	Fahmi	L	49	Karyawan	SMA	5,4 tahun
56	Idrus	L	52	karyawan	SMA	6 tahun
57	Masriadi	L	46	karyawan	SMA	7 tahun
58	sartono	L	53	karyawan	SMA	6,2 tahun
59	Basirwan	L	42	karyawan	SMP	4 tahun
60	Gandi	L	39	Karywan	SMP	3 tahun

JENIS KELAMIN	LAKI-LAKI	PEREMPUAN
	47	13
PENDIDIKAN	SD	2 ORANG
	SLTP	27 ORANG
	SLTA	29 ORANG
	S1	2 ORANG
U M U R	20-30 THN	6 ORANG
	31-40	42 ORANG
	41-55	12ORANG
MASA KERJA	0-3 THN	7 ORANG
	4-6 THN	32 ORANG
	7-10 THN	21 ORANG

UNIVERSITAS TERBUKA

Lampiran 9

CV. Media 46
NERACA TAHUN 2007-2011

No	Uraian	2007	2008	2009	2010	2011
I.	Aktiva lancar					
	Kas	40.000	90.000	65.000	47.000	56.000
	Bank	980.000	990.000	830.000	881.000	810.000
	Piutng	60.500	50.500	75.000	69.000	75.000
	Pers.barang	85.000	98.000	182.000	137.200	161.000
	Pek dalam Proses	140.000	8.000	16.000	48.000	83.500
	Jumlah AL	1.305.500	1.236.500	1.168.000	1.182.000	1.185.500
II.	Aktiva tetap					
	Peralatan dan mesin	76.400	77.500	81.000	81.000	81.000
	Inventaris	436.000	550.000	560.000	560.000	560.000
	Gedung-gedung	955.600	1.000.000	1.060.000	1.080.000	1.080.000
III.	Aktiva lainnya	240.500	240.500	255.500	255.500	255.500
	Jumlah Aktiva	3.014.000	3.104.000	3.124.500	3.158.800	3.162.000
IV.	Utang Jk Pendek					
	Utang dagang	19.000	900	600	514	614
	Utang pajak	800	1.500	400	720	800
	Utang lainnya	75.000	5.000	4.700	4.700	5.800
V.	Utang Jangka Pjg	260.000	260.000	250.000	140.000	60.530
VI.	Kekayaan bersih	2.659.200	2.837.100	2.868.800	3.012.000	3.094.256
	Jumlah Pasiva	3.014.000	3.104.500	3.124.500	3.158.000	3.162.000

Sumber : CV. Media 46 Pangkalpinang, diol

Lampiran 10

CV. Media 46

Laporan Rugi laba Tahun 2007-2011

NO.	Uraian	2007	2008	2009	2010	2011
I.	Pendapatan					
	a.Penjualan	1.802.000	1.940.000	1.204.000	1.276.000	1.317.000
	b.Discount	5.406	1880	1.806	1.526	2.634
	c.Retur	-	-	-	-	-
	d.Pendapatan lain	-	-	-	-	-
	Total pendapatan	1.796.594	1.578.818	1.202.194	1.274.474	1.314.366
	HPP	1.405.164	1.578.818	864.621	926.700	912.616
	Laba Kotor	390.430	359.302	337.573	377.774	401.750
II.	Biaya-biaya					
	a.Biaya Gaji					
	b.Telepon	62.400	62.400	62.400	62.400	62.400
	c.B.adm	31.515	30.206	29.213	29.617	14.316
	d.B.promosi	10.000	112.174	9.423	8.315	27.515
	e.Biaya Kirim	24.000	24.000	20.000	24.000	8.116
	f.Beban bunga	27.000	22.400	27.400	21.619	24.000
	g.Hutang pajak	29.085	142.200	30.869	30.528	18.640
	Total Biaya	-	-	-	70.000	18.206
III.	Laba bersih sbl pjk	184.000	308.705	179.305	246.379	173.187
	Pajak	206.430	50.597	158.268	101.395	228.563
	Laba stlah pjk	28.530	18.897	14.202	20.005	26.284
		177.90	31.700	144.066	81.390	202.279

Sumber : CV Media 46 Pangkalpinang, diolah