JIUBJ Jurnal Ilmiah
Universitas Batanghari Jambi
*Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi 23, 1 (2023): 182-187*
*DOI: 10.33087/jiubj.v23i1.3111*
*http://ji.unbari.ac.id/index.php/ilmiah*

# Pengaruh Stimulus Inovasi terhadap Kinerja Inovasi Dengan Kapabilitas Inovasi sebagai Mediator: Analisis Empiris Pada Industri Batik

**Jonner Simarmata**
Universitas Batanghari, Jambi
Correspondence email: jonnerunbari@gmail.com

**Abstrak.** UMKM perlu melakukan inovasi terutama inovasi produk dan inovasi proses untuk meningkatkan daya saingnya dalam menghadapi gempuran berbagai perubahan eksternal. Artikel ini bertujuan untuk menginformasikan peran kapabilitas inovasi dalam memediasi hubungan stimulus inovasi dengan kinerja inovasi. Untuk tujuan ini telah disebarkan seperangkat angket kepada 120 orang sampel yakni pelaku usaha dan pengrajin industri batik Jambi. Data yang terkumpul dianalisis dengan metode regresi dengan pendekatan medias. Hasil analisis menunjukkan bahwa (1) stimulus inovasi berkorelasi positif dengan kinerja inovasi, dan (2) kapabilitas inovasi terbukti memediasi hubungan kedua variabel tersebut. Hasil penelitian ini menyarankan agar para pelaku UMKM terutama mereka yang bergerak di bidang industri batik meningkatkan kapabilitas inovasi melalui peningkatan dan pengefektifan stimulus inovasi agar dapat meraih kinerja inovasi yang tinggi.

**Kata Kunci**: Stimulus inovasi; Kapabilitas inovasi; Kinerja inovasi; Industri batik Jambi; UMKM

***Abstract.*** *MSMEs need to innovate, especially product innovation and process innovation to increase their competitiveness in facing the onslaught of various external changes. This article aims to inform the role of innovation capability in mediating the relationship between innovation stimulus and innovation performance. For this purpose, a sample of 120 people, namely Jambi batik industry entrepreneurs and craftsmen, has been distributed. The collected data were analyzed using the regression method with a mediation approach. The results of the analysis show that (1) innovation stimulus is positively correlated with innovation performance, and (2) innovation capability is proven to mediate the relationship between the two variables. The results of this study suggest that MSME actors, especially those engaged in the batik industry, increase their innovation capabilities through increasing and tightening the innovation stimulus in order to achieve high innovation performance.*

***Keywords:*** *Innovation stimulus; Innovation capability; Innovation performance; Jambi batik industry; MSMEs*

## PENDAHULUAN

Usaha kecil (baca UMKM) berkontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari dua aspek yakni penyerapan tenaga kerja dan PDB. Laporan statistik menugnkapkan bahwa saat ini 90% tenaga kerja Indoneisa diserap oleh usaha kecil atau UMKM. Hal ini disebabkan jumlah UMKM mencapai 99% dari total bisnis yang beroperasi aktif saat ini. Terhadap PDB, UMKM berkontribusi sebesar 57% (Simarmata, 2021) Angka ini jauh melapaui kontribusi sektor lain, misalnya, sektor pertanian yang hanya berkontribusi sebesar 12% (BPS, 2022). Tidak mengherankan, pemerintah Indonesia menjadikan UMKM sebagai tulang punggung perekonomiannya. UMKM menghadapi tantangan yang sangat besar. Salah satu tantangan tersebut adalah perubahan selera konsumen yang sangat dinamis yang membuat siklus suatu produk sangat pendek. Selain itu, persaingan juga menjadi tantangan yang luar biasa yang harus dihadapi UMKM. Munculnya sejumlah perusahaan sejenis pada saat yang relative bersamaan membuat UMKM harus berdaya saing kuat agar dapat bertahan bahkan lebih unggul dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya. Untuk menghadapi tantangan ini, UMKM harus memiliki daya saing yang kuat, dan untuk memiliki daya saing yang kuat ini, UMKM harus memiliki kemampuan berinovasi. Perusahaan yang melakukan inoivasi berpeluang lebih besar untuk memiliki keunggulan bersaing dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan inovasi (Simarmata, 2022).

Inovasi adalah proses yang mengaruh pada penciptaan atau kreasi baru (Abou-Moghli

et al., 2012) yang dapat berupa inovasi produk, inovasi proses, atau inovasi pasar (Avermaete et al., 2003; Barata & Fontainha, 2017). Dengan demikian, kemampuan berinovasi adalah kemampuan melakukan inovasi. Salah satu industri kecil yang berkonbtribusi signifikan terhadap poerekonomian Indonesia adalah industri batik. Hal ini terlihat dari kontribusinya yang besar terhadap penyerapan tenaga kerja dan PDB (Pratiwi & Sulistyowati, 2020), Kemenperindaq melaporkan bahwa industri batik secara nasional mulai dari hulu hingga hilir mampu menyerap tenga kerja sebanyak 628.000 orang. Hal ini disebabkan pertumbuhan industri ini cenderung meningkat. Dilaporkan bahwa hingga Triwulan I/2019, pertumbuhan industri batik di Indonesia mencapai 18,98% (Simarmata, 2021).

Menurut (Siregar et al., 2020), semenjak adanya pengakuan UNESCO, industri batik Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat. Mereka memperkirakan bahwa saat ini industri batik mencapai 6.120 unit usaha dengan daya tamping tenaga kerja sebanyak 37.093 orang dan nilai produksui sebesar 4,87 trilyun rupiah per tahun. Namun demikian, sebagai industri kecil, industri batik juga menhadapi berbagai tantangan seperti tantangan perubahan lingkungan bisnis, kurangnya SDM yang bermutu, ketatnya persaingan, dan semakin beragamnya tuntutan konsumen akan produk dan pelayanan yang bermutu. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan bagaimana inovasi dipraktekkan pada industri batik Jambi. Secara spesifik, penelitian ini hendak mengungkapkan bagaimana stimulus inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovasi. Apakah konstruk yang pertama berpengaruh langsung atau berpengaruh tidak langsung melalui kapabilitas inovasi. Baron & Kenny (1986) mengemukakan bila hubungan variabel independent dengan variabel dependen belum jelas maka dapat digunakan pendekatan mediator. Dengan demikian, penelitian juga bertujuan untuk mengetahui apakah kapabilitas inovasi dapat memediasi hubungan stimulus inovasi dengan kinerja inovasi.

*Konseptual*

Stimulus inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovasi. Bila stimulus inovasi dikembangkan secara efektif maka kinerja inovasi meningkat secara signifikan. Namun, penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa tidak semua stimulus inovasi dapat menjelaskan secara baik peningkatan kinerja inovasi. Dengan kata lain, terdapat kontroversi tentang bagaimana stimulus inovasi mempengaruhi kinerja inovasi. Oleh sebab itu harus dilakukan pendekatan mediasi (Kenny & Baron, 1986). Dalam hal ini yang diyakini konstruk yang dapat memediasi hubungan stimulus inovasi dengan kinerja inovasi adalah kapabilitas inovasi. Dengan kata lain, bila stimulus inovasi seperti kepemimpinan, manajemen pengetahuan dan yang lain dapat meningkatkan kapabilitas inovasi perusahaan seperti penerapan teknologi dan manajemen R & D secara signifikan maka kinerja inovasi akan meningkat secara signifikan.

## METODE

Penelitian ini adalah penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian survey adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti. Penggunaan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini didasarkan pada kenyataan bahwa untuk membuktikan hipotesis yang diajukan digunakan analisis statistik (Sugiyono, 2016). Terdapat 120 orang responden dalam penelitian ini. Mereka adalah pengusaha dan pengrajin batik Jambi. Mereka ditarik dari populasi secara random. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diduga memiliki hubungan fungsional. Pertama, stimulus inovasi (X) berperan sebagai variabel independent. Kedua, kapabilitas inovasi (Y) bertindak sebagai variabel mediasi, dan ketiga, kinerja inovasi (Z) bertindak sebagai variabel dependen.

Stimulus inovasi diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat memfasilitasi terjadinya praktek inovasi. Konstruk ini diukur dengan empat dimensi. Pertama, kepemimpinan yang diukur dari enam indikator yakni (a) inspirational and motivational, (b) komunikatif, (c) kreatif dan inovatif, (d) berintegritas, (e) visioner, dan (f) empowering. Kedua, people management (manajemen orang), diartikan sebagai kebijakan dan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kontribusi karyawan dalam kegiatan inovasi dengan enam indikator yakni: (a) penempatan yang tepat, (b) kompensasi dan rewarding yang memotivasi, (c) pengorganisasian yang tepat, (d) pengembangan yang efektif, (e) pengawasan yang tepat, dan (f) evaluasi yang baik. Ketiga, knowledge management (manajemen pengetahuan), diartikan sebagai kegiatan penghimpunan, penggunaan, dan pendistribusian pengetahuan di

seluruh organisasi. Dimensi ini diukur dengan empat indikator yakni (a) akuisisi pengetahuan yang tepat, (b) distribusi pengetahuan yang tepat, (c) relevansi pengetahuan, dan (d) ketersediaan akses. Terakhir, creativity management (manajemen kreativitas) diukur dengan dua indikator yakni (a) dorongan untuk berpikir kreatif, dan (b) kesempatan menunjukkan hasil kreasi.

Lawson & Samson (2001) mencatat bahwa sejauh ini belum ada kesepakatan yang jelas tentang variable-variabel apa saja sesungguhnya yang membentuk kapabilitas inovasi. Namun, dalam penelitian ini, kapabilitas inovasi diartikan sebagai kemampuan organisasi melakukan inovasi yang diukur dari dua dimensi yakni (1) manajemen teknologi, dan (2) ketersediaan Research & Development (R&D). Manajemen teknologi diukur dari empat indikator yakni (a) antisipasi trend teknologi, (b) identifikasi dan seleksi teknologi yang dibutuhkan, (c) cara mendapatkan teknologi yang ada, dan (d) implementasi dan pemanfaatan teknologi. Ketersediaan R&D diukur dengan 4 indikator, yakni: (a) kemampuan berkomunikasi dengan pihak lain, (b) usaha-usaha mendapatkan hasil-hasil penelitian terbaru, (c) keberanian mengambil resiko tinggi, dan (d) merupakan bagian utama strategi bisnis. Kinerja inovasi diartikan sebagai hasil dari kegiatan inovasi, diukur dari dua jenis inovasi yakni inovasi produk dan inovasi proses. Inovasi produk adalah inovasi yang terkait dengan produk yang dihasilkan perusahaan. Dimensi ini dilihat dari lima indikator yakni (a) kebaruan produk, (b) penggunaan teknologi terbaru, (c) kecepatan produk berkembang, (d) jumlah produk baru, dan (e) kemampuan produk memimpin pasar. Sementara itu, inovasi proses diartikan sebagai inovasi yang berkaitan dengan proses bisnis yang ada dalam perusahaan, diukur dengan empat indikator yakni (a) daya saing teknologi yang digunakan, (b) kecepatan mengadopsi teknologi terbaru, (c) kebaruan teknologi yang digunakan, dan (d) tingkat perubahan dalam teknologi yang digunakan.

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer berupa persepsi yang menunjukkan tingkat kesetujuan responden terhadap indikator-indikator variabel penelitian. Untuk mengumpulkan data ini digunakan seperangkat kuesioner yang disusun berdasarkan operasionalisasi variabel seperti yang dijelaskan di atas. Secara keseluruhan, dalam angket, terdapat 38 item pernyataan yang menunjukkan setiap indikator variabel. Responden diminta untuk menyatakan tingkat kesetujuannya dimulai dari sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu (tidak berpendapat), sangat setuju, hingga sangat tidak setuju.

Data yang sudah terkumpul dianalisis dengan dua macam metode yakni analisis deskriptif dan analisis statistik.

1. Analisis deskriptif bertujuan untuk memperoleh gambaran tingkat kesetujuan responden terhadap indikator variabel penelitian. Caranya: pertama, memberikan skor pada setiap item pernyataan sesuai dengan pilihan, yakni: pilihan sangat tidak setuju diberi skor 1, tidak setuju 2, ragu-ragu atau tidak berpendapat 3, setuju 4, dan sangat tidak setuju 5. Kedua, menjumlahkan skor setiap item pernyataan atau indikator, kemudian dikonversi ke dalam indeks (%) untuk menunjukkan tingkat kesetujuan responden dengan rumus: skor aktual dibagi skor maksimal dikali 100%. Terakhir, (e) mengkategorikan indeks tersebut ke dalam lima kategori yakni sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah, dengan kriteria seperti terlihat pada table berikut:

**Tabel 1**
**Tingkat Kesetujuan Responden (TKR)**

| Rentang Skala | Kategori |
|---|---|
| 84% - 100% | Sangat Tinggi |
| 68% - 83% | Tinggi |
| 52% - 67% | Sedang |
| 36 – 51% | Rendah |
| 20% - 35% | Sangat Rendah |

Sumber: data olahan

2. Analisis statistik bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian. Metode yang digunakan adalah metode regresi linear dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Terdapat dua model regresi yang diajukan yakni:
   Model 1: $Y = a + bX + e1$
   Model 2: $Z = a + bX + bY + e2$.
   Dimana: X = stimulus inovasi, Y = kapabilitas inovasi, Z = kinerja inovasi, a = nilai konstanta, b = koefisien regresi, dan e = nilai galat.
   Uji mediasi dilakukan dengan membandingkan nilai pengaruh langsung dengan nilai pengaruh tidak langsung dengan kriteria: pengaruh mediasi dinyatakan signifikan apabila nilai pengaruh tidak langsung lebih besar daripada pengaruh langsung.

## HASIL

**Tabel 2**
**Karakteristik Responden**

| Variabel | Frekwensi | % |
|---|---|---|
| Jenis Kelamin | | |
| - Laki-laki | 30 | 25 |
| - Perempuan | 90 | 75 |
| Total | 120 | 100 |
| Usia | | |
| - ≤ 30 | 11 | 9 |
| - 31 - 45 | 91 | 76 |
| - ≥ 46 | 18 | 15 |
| Total | 120 | 100 |
| Pendidikan | | |
| - Lulusan sekolah menengah ke bawah | 116 | 97 |
| - Diploma ke atas | 4 | 3 |
| Total | 120 | 100 |

Sumber: data olahan

Tabel 2 bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki jauh lebih sedikit, hanya 25%, dibandingkan dengan jumlah responden perempuan yang jumlahnya mencapai 75%. Ini menunjukkan bahwa praktek industri batik Jambi didominasi oleh kaum perempuan. Hal ini dapat dimaklumi karena pada awalnya memang industri batik Jambi adalah industri rumah tangga di mana perempuan lebih mendominasi (Simarmata, 2021). Sementara itu, bila dilihat dari usia, responden didominasi oleh mereka yang berusia 31 – 45 tahun. Responden yang berusia ini mencapai 91% yang berarti bahwa industri batik Jambi dikelola oleh orang-orang yang masih produktif. Ini bermakna bahwa industri batik Jambi memiliki potensi besar untuk semakin berkembang. Namun harus diperhatikan bahwa jumlah responden yang berusia lebih muda yakni 30 tahun ke bawah sangat kecil, yang berarti minat generasi muda untuk memasuki industri batik sebagai wadah pengembangan karir sangat kecil.

Hal ini perlu mendapat perhatian yang serius dari pengambil kebijakan untuk lebih mendorong generasi muda untuk memasuki industri batik sebagai profesi. Dilihat dari aspek pendidikan, responden sangat didominasi oleh mereka dengan tingkat pendidikan sekolah menengah dengan persentase sebesar 97%. Hanya 3% responden yang memiliki tingkat pendidikan perguruan tinggi. Ini dapat menunjukkan bahwa pada dasarnya industri batik tidak diminati lulusan perguruan tinggi sebagai wadah pengembangan profesi. Hal ini sejalan dengan kondisi minat memasuki industri ini dilihat dari aspek usia. Dengan kata lain, industri batik Jambi belum dapat dijadikan sebagai sektor ekonomi yang membanggakan bagi generasi muda terutama mereka yang lulus dari perguruan tinggi. Hal ini cukup kontradiktif dengan keinginan pemerintah yang menjadikan UMKM sebagai tulang punggung perekonmian bangsa.

Terdapat tiga variabel yang diamati dalam penelitian ini yakni stimulus inovasi, kapabilitas inovasi, dan kinerja inovasi. Deskripsi variabel ini berupa tingkat kesetujuan responden terhadap indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel ini dapat dilihat pada table 3. Dari table 3 terlihat bahwa responden memberi penilaian terhadap semua variabel yang diamati belum maksimal prakteknya. Hal ini terlihat dari semua dimensi yang digunakan untuk mengukur variabel hanya berkategori sedang, kecuali *people management* diberi kategori tinggi, itupun skornya hanya 68 yang berarti masih minimal. Penilaian responden ini menunjukkan bahwa: (a) stimulus inovasi pada industri batik Jambi belum maksimal.

Hal ini dapat terlihat dari skor rata-rata yang diberikan responden terhadap variabel ini hanya sebesar 64% yang berarti berkategori sedang. Secara detail kurang maksimalnya penilaian responden terhadap stimulus inovasi ini dapat dijelaskan sebagai berikut: *leadership* hanya diberi skor sebesar 61% yang berarti responden menilai bahwa kepemimpinan pada industri batik Jambi belum begitu efektif. *Knowledge management* diberi skor 68 dengan kategori tinggi. Meskipun termasuk ke dalam kategori tinggi akan tetapi dengan skor 68 dapat dikatakan bahwa pengelolaan manusia pada industri batik Jambi belum begitu efektif. *Knowledge management* juga mendapat skor tidak begitu tinggi yakni hanya sebesar 65% dengan kategori sedang. Ini menunjukkan bahwa proses pembelajaran pada industri batik Jambi tidak berjalan dengan begitu efektif. Dengan kata lain, belajar belum merupakan budaya pada industri batik Jambi. Hal yang sama juga terjjadi pada *creativity management.* Dimensi ini hanya mendapat skor sebesar 61% yang berarti termasuk ke dalam kategori sedang. Dengan kata lain, daya kreasi pengrajin pada industri batik Jambi belum tereksplorasi dan termanfaatkan dengan baik.

**Tabel 3**
**Tingkat Kesetujuan Responden (TKR)**

| Variabel dan Dimensi | Skor Maximal | Skor aktual | TKR (%) | Kategori |
|---|---|---|---|---|
| **Stimulus inovasi** | **2400** | **1544** | **64** | **Sedang** |
| – Leadership | 600 | 369 | 61 | Sedang |
| – People management | 600 | 406 | 68 | Tinggi |
| – Knowledge management | 600 | 401 | 67 | Sedang |
| – Creativity Management | 600 | 368 | 61 | Sedang |
| **Kapabilitas Inovasi** | **1200** | **760** | **63** | **Sedang** |
| – Technology Management | 600 | 392 | 65 | Sedang |
| – R&D Management | 600 | 368 | 61 | Sedang |
| **Kinerja Inovasi** | **1200** | **794** | **66** | **Sedang** |
| – Inovasi produk | 600 | 403 | 67 | Sedang |
| – Inovasi proses | 600 | 391 | 65 | Sedang |

Sumber: data olahan

Kapabilitas inovasi pada industri batik Jambi juga dikategorikan sedang dengan skor rata-rata hanya sebesar 63%. Hal ini disebabkan managemen teknologi belum maksimal dan efektif karena skor diberikan pada aspek ini hanya 65%. Ini menunjukkan bahwa kemampuan pelaku industri batik Jambi memanfaatkan teknologi masih belum maksimal. Demikian juga, praktek R&D belum maksimal karena skor yang diperoleh untuk dimensi ini hanya 61%, yang berarti praktek penelitian dan pengembangan pada industri batik Jambi tidak berjalan dengan baik. Hal ini dapat diduga karena belum maksimalnya stimulus inoivasi terutama dari segi aspek pembelajaran yang terlihat dari kurang maksimalnya *knowledge management dan creativity management.* Kurang-maksimalnya pengelolaan stimulus inovasi telah membuat kapabilitas inovasi juga tidak maksimal. Kondisi ini berdampak pada rendahnya kinerja inovasi. Dari table 3 terlihat bahwa persepsi responden terhadap kinerja inovasi pada industri batik Jambi tidak begitu menggembirakan karena skor yang diberikan hanya sebesar 66% dengan kategori sedang. Hal ini juga telihat dari skor setiap dimensi yang dijadikan alat ukur variabel ini. Untuk inovasi produk hanya diberi skor sebesar 67%. Demikian juga inovasi proses hanya mendapat skor 65 dengan kategori sedang. Dengan kata lain, kinerja inovasi pada industri batik Jambi tidak maksimal.

**Tabel 4**
**Hasil Analisis Regresi**

| Jalur | Coefficient | R-Square | P-Value (Sig.) |
|---|---|---|---|
| (X) -> (Y) | 0,563 | 0,856 | 0,000 |
| (X) -> (Z) | 0,882 | 0,855 | 0,000 |
| (Y) -> (Z) | 0,996 | 0,999 | 0,000 |

Sumber: data olahan

Nilai koefisien X = 0,563 dan output SPSS mengungkapkan bahwa nilai konstanta = 31,246. Dengan demikian, Model Regresi 1 dapat dibuat sebagai berikut" $Y = 31{,}246 + 0{,}563(\mathrm{X})$. Ini berarti bila X bertambah sebesar satu unit maka Y akan bertambah sebesar 0,563 unit. Sementara itu, nilai R-square = 0,418 yang berarti 41,8% variansi nilai Y dipengaruhi oleh variabel X sedangkan sisanya sebesar 58,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selanjutnya, nilai e1 dapat dicari sebagai berikut: $e1 = \sqrt[n]{1 - 0{,}418}$ = 0,763. Dari table 4 juga terlihat bahwa nilai signifikansi (X) = 0,000, lebih kecil dari α = 0,05. Ini menunjukkan bahwa X berpengaruh signifikan terhadap Y. Dengan kata lain, terdapat pengaruh yang signifikan antara stimulus inovasi terhadap kapabilitas inovasi terbukti dan dapat diterima. Nilai koefisien X terhadap Z = 0,261 dan nilai koefisien Y terhadap Z = 0,519 serta nilai konstanta yaqng terungkap dari output SPSS adalah 18,278. Dengan demikian, Model Regresi 2 dapat dibangun sebagai berikut: $Z = 18{,}278 + 0{,}261(X) + 0{,}519(Y)$. Model ini menunjukkan bahwa bila X bertamabah 1 unit makan Z akan bertambah sebesar 0,261 unit dan bila nilai Y bertambah 1 unit maka nilai Z bertambah 0,519 unit. Nilai signifikansi X terhadap Z adalah 0,002 dan nilai signifikansi Y terhadap Z adalah 0,000. Keduanya lebih kecil daripada nilai α = 0,05. Ini menunjukkan bahwa stimulus inovasi dan kapabilitas inovasi memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kinerja inovasi. Besar R-square = 0,491 yang berarti 49,1% kinerja inovasi dajelaskan oleh stimulus inovasi dan kapabilitas inovasi secara simultan, sementara sisanya sebesar 50.9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian, stimulus inovasi

berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja inovasi dan kapabiltas berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kinerja inovasi terbukti dan dapat diterima.

Nilai pengaruh tidak langsung, dalam penelitian ini, adalah hasil perkalian antara nilai koefisien X terhadap Y dengan nilai koefisien Y terhadap Z. Dari table 4 diketahui bahwa nilai koefisein X terhadap Y adalah 0,563 dan nilai koefisien Y terhadap Z adalah 0,519. Dengan demikian, nilai pengaruh tidak langsung X terhahadap Z melalui Y adalah: 0,563 x 0,519 = 0,292. Diketahui bahwa nilai pengaruh langsung adalah 0,261. Ini menunjukkan bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung yakni: 0,292 > 0,261, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung adalah signifikan. Dengan demikian, stimulus inovasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja inovasi melalui kapabilitas inovasi terbukti secara statistik dan dapat diterima.

## SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa (1) stimulus inovasi, kapabilitas inovasi, dan kinerja inovasi pada UMKM khususnya pada industri batik Jambi belum maksimal, (2) stimulus inovasi berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kinerja inovasi, (3) stimulus inovasi berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kapabilitas inovasi, (4) kapabilitas iniovasi berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kinerja inovasi, (5) kapabilitas inovasi dapat memediasi hubungan stimulus inovasi dengan kinerja inovasi.

## DAFTAR PUSTAKA


Abou-Moghli, A. A., Abdallah, G. M. Al, & Muala, A. Al. 2012. Impact of Innovation on Realizing Competitive Advantage in Banking Sector in Jordan *. *American Academic & Scholarly Research Journal*, *4*(5), 59–72.

Anderson, N., Potocnik, K., & Zhou, J. 2014. Innovation and Creativity in Organizations: A State-of-the-Science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework. *Journal of Management*, *40*(5), 1297–1333. https://doi.org/10.1080/15533174.2010.522671

Avermaete, T., Viaene, J., Morgan, E. J., & Crawford, N. 2003. Determinants of innovation in small food firms. *European Journal of Innovation Management*, *6*(1), 8–17. https://doi.org/10.1108/14601060310459163

Barata, J. M., & Fontainha, E. 2017. Determinants of Innovation in European Construction Firms. *Technological and Economic Development of Economy*, *23*(6), 915–936. https://doi.org/10.3846/20294913.2016.1212437

Baron, R. M., & Kenny, D. A. 1986. The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Consideration. *Journal of Personality and Social Psychology*, *51*(6), 1173–1182. https://doi.org/10.1007/BF02512353

BPS. 2022. Produk Domestik Bruto Indonesia 2018 - 2022. In *BPS*. https://www.indonesia-investments.com/id/keuangan/angka-ekonomi-makro/produk-domestik-bruto-indonesia/item253

Lawson, B., & Samson, D. 2001. Developing Innovation Capability in Organizations: a dynavic capabilities approach. *Internationa Journal of Innovation Management*, *5*(3), 377–400.

Pratiwi, W. A., & Sulistyowati, R. 2020. Pengaruh Inovasi Produk dan Social Media Marketing terhadap Sales Performance pada IKM Batik Gedog Kabupaten Tuban. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, *8*(1), 681–687.

Simarmata, J. 2021. Praktek MSDM dalam meningkatkan kinerja organisasi dengan human capital dan kinerja individu sebagai variabel mediasi pada industri batik Jambi. In *Dissertation*. Jambi University.

Simarmata, J. 2022. *Efektivitas MSDM untuk melejitkan kinerja bisnis UMKM: bukti empriris dari industri batik Jambi* (Sihol Situngkir (ed.)). YPSMI.

Siregar, A. P., Raya, A. B., Nugroho, A. D., Indana, F., Prasada, I. M. Y., Andiani, R., Simbolon, T. G. Y., & Kinasih, A. T. 2020. Upaya pengembangan industri batik di Indonesia. *Dinamika Kerajinan Dan Batik (DKB): Majalah Ilmiah*, *37*(1), 79–92. https://doi.org/10.22322/dkb.V36i1.4149

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Penerbit Alfabeta.