

***THE INFLUENCE OF INNOVATION ON MSME BUSINESS PERFORMANCE WITH
PRODUCT QUALITY AS A MEDIATING VARIABLE
(A Study on Craft MSMEs in Purbalingga Regency)***

**PENGARUH INOVASI TERHADAP KINERJA BISNIS UMKM DENGAN
KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada UMKM Kerajinan di Kabupaten Purbalingga)**

Anggit Bawono¹, Wijayanti²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo^{1,2},
anggitbowo31@gmail.com , wijayanti@umpwr.ac.id

ABSTRACT

Increasingly fierce business competition demands that business owners, including MSMEs, be able to enhance their competitiveness thru innovation development and product quality improvement. In other words, MSMEs must consistently generate new ideas focused on improving product quality to ensure sustainable business performance. The purpose of this study is to examine the influence of innovation on the business performance of MSMEs, to examine the influence of innovation on product quality, to examine the influence of product quality on the business performance of MSMEs, and to examine product quality in mediating the influence of innovation on the business performance of MSMEs. This study is quantitative research using the survey method. The data analysis tool used is SmartPLS with the SEM (Structural Equation Modeling) method. The results of the study show that innovation has a positive influence on the business performance of MSMEs, innovation has a positive influence on product quality, product quality has a positive influence on the business performance of MSMEs, and product quality mediates the influence of innovation on the business performance of MSMEs.

Keywords : *Innovation, MSME Business Performance, Product Quality.*

ABSTRAK

Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut pelaku usaha termasuk UMKM, untuk mampu meningkatkan daya saing melalui pengembangan inovasi dan peningkatan kualitas produk. Dengan kata lain, UMKM harus konsisten menciptakan ide-ide baru yang berorientasi pada perbaikan mutu produk agar kinerja bisnis dapat terus meningkat secara berkelanjutan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh inovasi terhadap kinerja bisnis UMKM, menguji pengaruh inovasi terhadap kualitas produk, menguji pengaruh kualitas produk terhadap kinerja bisnis UMKM, dan menguji kualitas produk dalam memediasi pengaruh inovasi terhadap kinerja bisnis UMKM. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan metode survey. Alat analisis data menggunakan SmartPLS metode SEM (Structural Equation Modeling). Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis UMKM, inovasi berpengaruh positif terhadap kualitas produk, kualitas produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis UMKM, dan kualitas produk memediasi pengaruh inovasi terhadap kinerja bisnis UMKM.

Kata Kunci : Inovasi, Kinerja Bisnis UMKM, Kualitas Produk.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM memiliki kontribusi besar tidak hanya dalam menciptakan lapangan kerja, tetapi juga dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Pada masa krisis ekonomi 1997–1998, UMKM terbukti memiliki ketahanan yang kuat dan berperan penting dalam menjaga stabilitas ekonomi Indonesia. Hingga saat ini, pemerintah terus melakukan pemberdayaan UMKM sebagai strategi untuk meningkatkan kualitas usaha lokal, memperluas kesempatan kerja,

menurunkan pengangguran, dan mendorong pemerataan kesejahteraan masyarakat (Monika et al., 2022).

Memasuki era digitalisasi dan globalisasi, tantangan yang dihadapi UMKM semakin kompleks. Inovasi menjadi faktor strategis yang tidak hanya berfungsi untuk mempertahankan eksistensi usaha, tetapi juga untuk meningkatkan efisiensi, kualitas produk, serta daya saing. Melalui penerapan teknologi, UMKM dapat mengembangkan kreativitas, meningkatkan produktivitas, serta menekan biaya operasional

(Pratama et al., 2024). Pemanfaatan teknologi seperti Internet of Things (IoT) memungkinkan pelaku usaha menjalankan operasional secara lebih efektif sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan sekaligus efisiensi biaya.

Kinerja operasional yang baik merupakan dasar bagi peningkatan kinerja bisnis. Namun, kinerja operasional bukan tujuan akhir, melainkan sarana untuk mencapai kinerja bisnis yang lebih luas. Kinerja bisnis pada dasarnya mencerminkan sejauh mana pencapaian yang berhasil diraih perusahaan melalui aktivitas manajemen, termasuk pertumbuhan penjualan, profitabilitas, efisiensi, kepuasan pelanggan, inovasi, serta keberlanjutan usaha (Susilowati, 2022). Dalam konteks persaingan global yang semakin ketat, kinerja bisnis hanya dapat ditingkatkan apabila UMKM mampu mengintegrasikan strategi inovasi dengan kualitas produk yang ditawarkan.

Inovasi memiliki peran penting dalam mendukung keunggulan bersaing perusahaan. Rofiaty, (2012) menyatakan bahwa inovasi merupakan elemen strategis yang mampu mengarahkan perusahaan menuju pertumbuhan berkelanjutan. Sejalan dengan itu, Flynn, (1994) menegaskan bahwa inovasi juga menjadi landasan dalam pengembangan kualitas produk. Dengan pendekatan inovatif, UMKM dapat menghadirkan produk yang sesuai kebutuhan pasar, menciptakan nilai tambah, meningkatkan kepuasan pelanggan, sekaligus memperkuat posisi bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi bukan hanya sekadar strategi bertahan, tetapi juga sarana untuk mencapai kinerja bisnis yang berkelanjutan. Pentingnya inovasi dalam kewirausahaan tercermin dari kemampuan pelaku usaha dalam menemukan cara-cara baru yang lebih baik, efisien, dan relevan dengan kebutuhan zaman, baik dalam menghasilkan produk dan layanan (Dhewanto et al., 2015). Namun, inovasi harus berjalan seiring dengan kualitas produk.

Kualitas dipahami sebagai tingkat kesesuaian produk dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Produk yang memiliki daya tahan, desain menarik, dan kenyamanan penggunaan akan meningkatkan kepuasan pelanggan serta memperkuat posisi di pasar (Phillips & Buzzell, 1983). Hartini, (2012) juga menegaskan bahwa kualitas yang baik berdampak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Oleh karena itu, kualitas dan inovasi merupakan dua aspek yang saling melengkapi dalam mendorong kinerja UMKM.

Konteks ini sangat relevan dengan kondisi UMKM di Kabupaten Purbalingga, khususnya sektor kerajinan. Berdasarkan data Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (DINKOPUKM) Kabupaten Purbalingga tahun 2024, terdapat 65.606 UMKM yang tersebar di berbagai sektor, seperti kuliner, fashion, pertanian, hingga kerajinan (<https://data.purbalinggakab.go.id/>). Dari jumlah

tersebut, sebanyak 200 UMKM bergerak di bidang kerajinan, dengan komoditas unggulan yaitu kerajinan sapu yang didukung oleh ketersediaan sumber daya lokal yang melimpah. Meskipun memiliki potensi besar, UMKM kerajinan Purbalingga masih menghadapi tantangan serius, terutama dalam aspek inovasi dan kualitas produk. Produk yang dihasilkan cenderung masih konvensional dan kurang mengikuti tren pasar, sehingga kualitas dari segi estetika, kekuatan, maupun ketahanan belum optimal. Kondisi ini berdampak pada menurunnya kepuasan pelanggan, loyalitas, dan kepercayaan pasar terhadap produk lokal. Apabila inovasi tidak dikembangkan dan kualitas produk tidak diperhatikan secara serius, maka kinerja UMKM kerajinan akan sulit meningkat. Oleh karena itu, penting dilakukan kajian lebih mendalam mengenai peran inovasi dalam meningkatkan kinerja UMKM, dengan mempertimbangkan kualitas produk sebagai variabel mediasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Kajian Teori

a) Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis merupakan suatu ukuran kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan peluang pasar secara optimal guna mencapai keuntungan yang telah ditargetkan (Maltz et al., 2003). Kinerja adalah hasil dari serangkaian aktivitas yang dijalankan organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Darmanto, sri wardaya, 2015). Menurut Taghian et al., (2015) secara umum kinerja diartikan sebagai pencapaian yang dihasilkan oleh suatu usaha, yang merupakan wujud dari implementasi strategi yang telah diterapkan dalam rangka mencapai target atau tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja bisnis merupakan wujud pencapaian tujuan organisasi yang diperoleh melalui penerapan strategi dan teknik yang dijalankan secara efektif (Fairouz et al., 2010). Menurut March & Sutton, (1997) Kinerja bisnis adalah ukuran utama yang digunakan oleh entitas ekonomi untuk menilai keberhasilan suatu usaha, yang mencerminkan pencapaian tujuan organisasi berdasarkan standar dan target yang telah ditetapkan. Dengan demikian, setiap pelaku usaha memiliki kepentingan untuk menunjukkan hasil kerja yang telah dicapai, berdasarkan standar dan target yang telah dirumuskan serta disepakati bersama dalam lingkup organisasi.

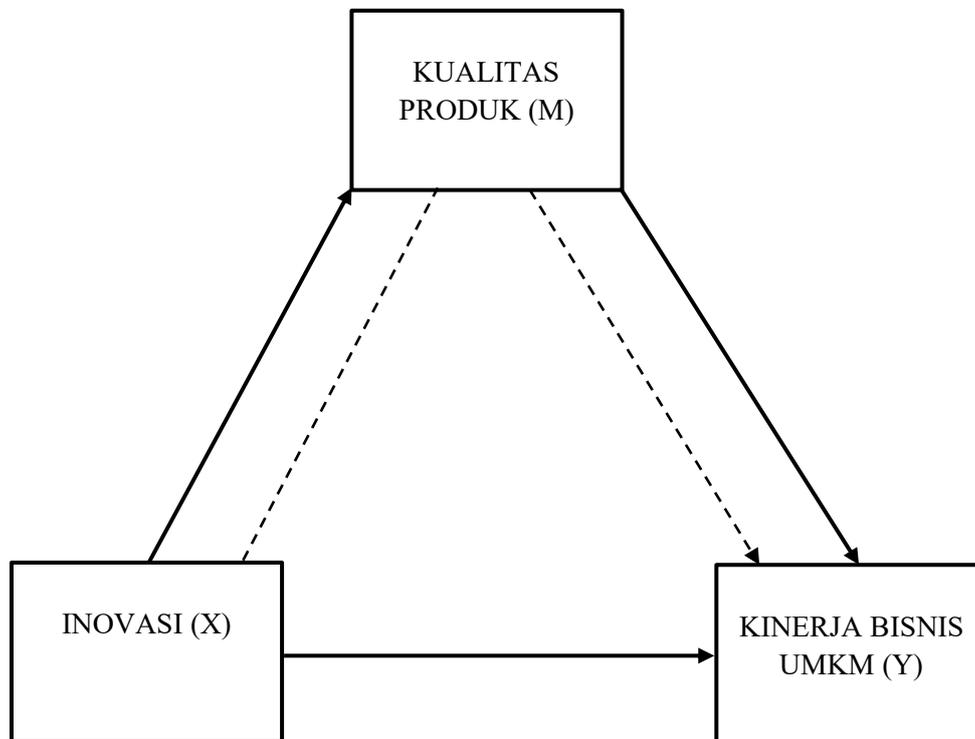
b) Inovasi

Inovasi didefinisikan sebagai perubahan yang dilakukan oleh organisasi yang mencakup kreatifitas dalam membuat produk, jasa, ide atau proses (Ellitan & Anatan, 2009). Inovasi diartikan sebagai kemampuan inovatif untuk

mengenalkan produk baru ke pasar, atau membuka peluang pasar baru dengan mengintegrasikan orientasi strategis dengan sikap inovatif dan prosesnya (Wang & Ahmed, 2004). Inovasi menurut Schumpeter (1934) dalam (Dhewanto et al., 2015:42) didefinisikan sebagai penciptaan atas kombinasi-kombinasi baru, seperti pengenalan produk baru, kualitas produk baru yang baik, atau metode produksi baru, pembukaan pasar baru, mendapat sumber baru untuk pasokan bahan baku atau barang setengah jadi, dan akhirnya melaksanakan organisasi baru, dan hal tersebut berlaku di industri manapun. Selanjutnya menurut Niosi, Saviotti, Bellon dan Crow (1993) dalam (Dhewanto et al., 2015:42) Inovasi diartikan sebagai produk atau proses baru yang lebih baik dari sebelumnya, suatu bentuk organisasi yang baru, penerapan teknologi yang ada untuk bidang baru, penemuan sumber daya baru, dan pembukaan pasar baru.

c) **Kualitas Produk**

Kualitas produk adalah seberapa jauh suatu produk dapat memenuhi bahkan melebihi harapan konsumen. Menurut Mustafa et al (2024:33) kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk barang ataupun jasa berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan seperti durabilitas, realibilitas, ketepatan, kemudahan pengoprasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2012) dalam Mustafa et al (2024:36) kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai atau melebihi dari harapan konsumen. Kotler dan Andreasen (1995) dalam Taufiq et al., (2020) mengartikan kualitas produk sebagai tingkat persepsi tampilan produk oleh pelanggan. Persepsi kualitas produk yang tinggi maka akan menghasilkan penjualan dan peningkatan kinerja perusahaan.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

1. Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Morgan & Vorhies, (2001) menyatakan bahwa peningkatan atau inovasi dalam kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja unit bisnis. Morgan & Vorhies, (2001) juga menegaskan bahwa pengembangan produk baru serta inovasi dalam produk merupakan strategi utama yang harus menjadi perhatian manajemen. Sementara itu, Hassan et al., (2013) menemukan bahwa pengembangan produk baru berdampak positif terhadap kinerja perusahaan, yang tercermin dari meningkatnya pangsa pasar. Inovasi dapat meningkatkan kinerja perusahaan, mengalahkan para pesaing dan memberikan nilai bagi para pemegang saham (Zawislak et al., 2012). Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara inovasi dan kinerja perusahaan (Susdiani, 2020). Hasil penelitian Suaedi, (2019) menghasilkan temuan bahwa inovasi organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi.

H1: Inovasi berpengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis UMKM

2. Pengaruh Inovasi terhadap Kualitas Produk

Inovasi menjadi landasan penting bagi perusahaan untuk pengembangan kualitas produk (Flynn, 1994). Inovasi akan menciptakan desain produk sehingga adanya peningkatan alternatif pilihan, meningkatkan manfaat atau value yang diterima pelanggan, pada akhirnya akan meningkatkan kualitas produk sesuai yang diharapkan pelanggan (Hartini, 2012). Berkaitan dengan hubungan inovasi dan kualitas produk, beberapa penelitian terdahulu telah membuktikan adanya pengaruh positif antara inovasi terhadap kualitas produk (Hartini, 2012). Selanjutnya dalam penelitian Prajogo & Sohal, (2003) menunjukkan bahwa adanya hubungan kasual yang signifikan antara inovasi perusahaan dan kualitas produk.

H2 : Inovasi berpengaruh positif terhadap kualitas produk

3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Kualitas produk merupakan faktor penting yang dapat menentukan kinerja perusahaan (Phillips & Buzzell, 1983). Hartini, (2012) menyatakan bahwa perubahan kualitas produk akan berdampak pada perubahan kinerja perusahaan. Beberapa penelitian terdahulu telah membuktikan adanya korelasi positif antara kualitas produk terhadap kinerja perusahaan (Vidananda & Setiawan, (2016). Selanjutnya dalam penelitian Anderson & Hidayah, (2023) membuktikan adanya korelasi positif antara kualitas produk terhadap kinerja perusahaan.

H3 : Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis UMKM

4. Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Bisnis UMKM yang Dimediasi oleh Kualitas Produk

Molina-Castillo & Munuera-Aleman, (2009) telah menunjukkan bahwa inovasi dapat memperkuat pengaruh positif dari kualitas subjektif terhadap kinerja produk dalam jangka pendek. Ketika sebuah inovasi diperkenalkan dalam produk baru, pelanggan akan melihatnya sebagai sesuatu yang unik dan menarik. Hal ini membangun persepsi positif terhadap kualitas produk, yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan konsumsi di masa mendatang (Mcnally et al., 2011). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Shi et al., (2018) menemukan bahwa kualitas produk yang terdiri dari kualitas normal dan kualitas atraktif memediasi inovasi dalam pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan. Iman, (2021) dalam penelitiannya telah membuktikan bahwa kualitas produk terbukti sebagai variabel yang memediasi hubungan antara inovasi dan kinerja perusahaan.

H4 : Kualitas Produk Memediasi Inovasi terhadap Kinerja Bisnis UMKM

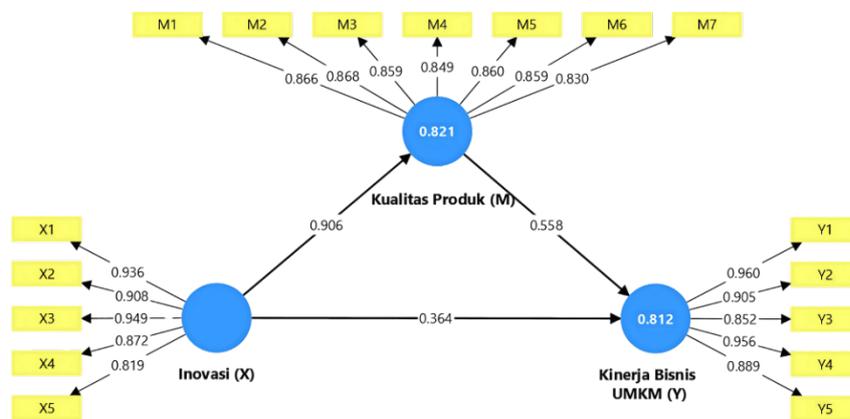
METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini masuk kedalam kategori penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM). Metode kuantitatif mengacu pada pendekatan penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2013:7). Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh inovasi terhadap kinerja bisnis UMKM, menguji pengaruh inovasi terhadap kualitas produk, menguji pengaruh kualitas produk terhadap kinerja bisnis UMKM, dan menguji kualitas produk dalam memediasi pengaruh inovasi terhadap kinerja bisnis UMKM kerajinan di Kabupaten Purbalingga. Jumlah individu yang menjadi populasi ini adalah pelaku UMKM kerajinan di Kabupaten Purbalingga, sebanyak 200 UMKM sektor kerajinan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling, dengan kriteria responden yang telah menjalankan usahanya minimal satu tahun dan masih aktif hingga saat ini, sehingga dianggap memiliki pengalaman dan waktu yang cukup untuk berupaya melakukan inovasi dalam usahanya, dengan jumlah responden sebanyak 62 orang. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarikan kepada responden terpilih, yaitu pelaku UMKM kerajinan di Kabupaten Purbalingga. Analisis data dilakukan melalui Uji Validitas Data, Evaluasi Inner Model, dan Uji Outer Model.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dalam penelitian ini, analisis karakteristik responden diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, nama usaha, alamat usaha, lama berdiri, dan jumlah tenaga kerja. Identifikasi karakteristik yang pertama adalah jenis kelamin, jenis kelamin dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki menjadi pelaku usaha kerajinan paling banyak, sebanyak 55 orang (88%) dibandingkan dengan pelaku usaha perempuan sebanyak 12 orang (12%). Karakteristik kedua berdasarkan pendidikan terakhir, hasil kuesioner menunjukkan bahwa responden yang berpendidikan SD sebanyak 14 orang (23%), berpendidikan SMP sebanyak 26 orang (42%), berpendidikan SMA/SMK

sebanyak 21 orang (34%), dan berpendidikan S1 sebanyak 1 orang (1%). Karakteristik ketiga berdasarkan lama usaha, hasil kuesioner menunjukkan bahwa responden yang lama usahanya <5 tahun sebanyak 10 orang (16%) dan yang lama usahanya >5 tahun sebanyak 52 (84%). Kemudian karakteristik keempat berdasarkan jumlah tenaga kerja, hasil reponden menunjukkan bahwa responden yang memiliki tenaga kerja berjumlah 1-4 orang sebanyak 36 orang (58%), yang memiliki tenaga kerja berjumlah 5-20 orang sebanyak 22 orang (35%), dan yang memiliki tenaga kerja berjumlah 21-100 orang sebanyak 4 orang (7%).



Gambar 1. *Output PLS*

Sumber : data primer 2025

Hasil analisis setiap indikator variabel dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai outer loading seluruh variabel berada diatas 0,70. Sehingga tidak ada item yang dieliminasi. Selain itu, pengujian validitas konvergen dapat diamati melalui nilai

Average Variance Extrated (AVE). Rule of thumb untuk menilai validitas konvergen yaitu AVE harus lebih besar dari 0,5. Nilai AVE setiap variabel disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Average Variance Extrated (AVE)

Variabel	AVE (<i>Average Variance Extrated</i>)
Kualitas Produk (M)	0,732
Inovasi (X)	0,807
Kinerja Bisnis UMKM (Y)	0,834

Tabel 1, menunjukkan bahwa nilai Average Variance Extrated (AVE) pada seluruh variabel

dalam uji validitas konvergen berada diatas 0,5 yang menunjukkan bahwa seluruh item dinyatakan valid

Tabel 2. Nilai Cross Loading (Discriminant Validity)

Variabel	Kualitas Produk (M)	Inovasi (X)	Kinerja Bisnis UMKM (Y)
M.1	0,866	0,833	0,778
M.2	0,868	0,826	0,753
M.3	0,859	0,700	0,717
M.4	0,849	0,742	0,769
M.5	0,860	0,753	0,843
M.6	0,859	0,815	0,768
M.7	0,830	0,686	0,678
X.1	0,850	0,936	0,846
X.2	0,838	0,908	0,779
X.3	0,814	0,949	0,784
X.4	0,792	0,872	0,684
X.5	0,771	0,819	0,801
Y.1	0,865	0,843	0,960
Y.2	0,784	0,795	0,905
Y.3	0,736	0,747	0,852
Y.4	0,856	0,836	0,956
Y.5	0,808	0,748	0,889

Tabel 2, menunjukkan bahwa nilai cross loading pada setiap konstruk berada diatas 0,70. Temuan ini mengindikasikan bahwa variabel manifest dalam penelitian ini mampu mempresentasikan variabel laten secara baik, sehingga seluruh item dinyatakan valid.

Selain menggunakan cross loading, juga dapat diuji dengan membandingkan akar kuadrat

AVE dari setiap konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk dalam model. Validitas diskriminan dianggap baik apabila akar kuadrat AVE pada masing-masing konstruk lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar konstruk dalam model. Nilai AVE yang memadai adalah lebih besar dari 0,50. Hasil pengujian ini dapat dilihat pada fornell larcker criterion yang disajikan pada tabel berikut :

Tabel 3. Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)

Variabel	Kualitas Produk (M)	Inovasi (X)		Kinerja Bisnis UMKM (Y)
Kualitas Produk (M)	0,856			
Inovasi (X)	0,894	0,906		
Kinerja Bisnis UMKM (Y)	0,888	0,870		0,913

Tabel 3, menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE untuk semua konstruk lebih tinggi dari korelasi antar konstruk. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa model penelitian ini memenuhi syarat discriminant validity dan dinyatakan valid.

Tabel 4. Uji Realibility

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite Realibility</i>
Kualitas Produk (M)	0,939	0,950
Inovasi (X)	0,939	0,954
Kinerja Bisnis UMKM (Y)	0,950	0,962

Tabel 4, menunjukkan bahwa seluruh nilai reliabilitas konstruk, baik untuk cronbach's alpha maupun composite reliability, berada di atas 0,70.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang diuji reliabel atau konsisten.

Tabel 5. Hasil R-Square

<i>Item</i>	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Kualitas Produk (M)	0,821	0,818
Kinerja Bisnis UMKM (Y)	0,812	0,806

Tabel 5, menunjukkan bahwa nilai R-Square variabel Kualitas Produk sebesar 0,821 dan variabel Kinerja Bisnis UMKM sebesar 0,812. Maka dapat diartikan bahwa 82,1% variabel Kualitas Produk dipengaruhi oleh variabel Inovasi dan selebihnya

dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian. Sedangkan 81,2% variabel Kinerja Bisnis UMKM dipengaruhi cukup kuat oleh Inovasi dan Kualitas Produk, sisanya dipengaruhi oleh variabel diluar model penelitian.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis 1

Item	Original Sampel (O)	Sample Mean (M)	Standart Deviation (STDEV)	t-Statistic (10/STDEVI)	P-value
Inovasi (X) -> Kinerja Bisnis UMKM (Y)	0,364	0,354	0,127	2,878	0,004

Berdasarkan tabel 6, dapat dilihat hasil uji signifikansi Inovasi (X) terhadap Kinerja Bisnis UMKM (Y) menghasilkan t-statistic sebesar 2,878 (>1,96) dengan nilai signifikansi 0,004 (p-value

<0,05). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama, yaitu Inovasi (X) berpengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis UMKM (Y) diterima.

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis 2

Item	Original Sampel (O)	Sample Mean (M)	Standart Deviation (STDEV)	t-Statistic (10/STDEVI)	P-value
Inovasi (X) -> Kualitas Produk (M)	0,906	0,907	0,025	36,248	0,000

Berdasarkan tabel 7, uji signifikansi Inovasi (X) terhadap Kualitas Produk (M) sebesar 36,248 (>1,96) dengan nilai signifikansi 0,000 (p-value

<0,05). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua, yaitu Inovasi (X) berpengaruh positif terhadap Kualitas Produk (M) dapat diterima.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis 3

Item	Original Sampel (O)	Sample Mean (M)	Standart Deviation (STDEV)	t-Statistic (10/STDEVI)	P-value
Kualitas Produk (M)-> Kinerja Bisnis UMKM (Y)	0,558	0,567	0,123	4,534	0,000

Berdasarkan tabel 8, uji signifikansi Kualitas Produk terhadap Kinerja Bisnis UMKM sebesar 4,534 (>1,96) dengan nilai signifikansi 0,000 (p-value <0,05). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis

ketiga, yaitu Kualitas Produk (M) berpengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis UMKM (Y) dapat diterima.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis 4

Item	Original Sampel (O)	Sample Mean (M)	Standart Deviation (STDEV)	t-Statistic (10/STDEVI)	P-value
Inovasi (X) -> Kualitas Produk (M) -> Kinerja Bisnis UMKM (Y)	0,506	0,515	0,116	4,341	0,000

Berdasarkan tabel 9, dapat dilihat hasil uji signifikansi Inovasi (X) terhadap Kinerja Bisnis UMKM (Y) secara tidak langsung melalui Kualitas Produk (M) berpengaruh signifikan, dimana nilai t-statistic yang dihasilkan sebesar 4,341 (>1,96) dengan nilai signifikansi 0,000 (p-value <0,05). Sehingga kualitas produk (M) dikatakan sebagai variabel mediasi. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat (H4) yang diajukan dalam penelitian, yaitu kualitas produk memediasi inovasi terhadap kinerja bisnis UMKM secara positif diterima.

Pembahasan

Hipotesis 1 : Inovasi berpengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Diterimanya hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini menegaskan bahwa inovasi merupakan faktor penting yang wajib dilakukan oleh pelaku UMKM di Kabupaten Purbalingga. Tingkat inovasi yang tinggi memungkinkan UMKM kerajinan untuk meningkatkan kinerja bisnisnya melalui pengembangan produk, pemanfaatan peralatan yang lebih modern, serta penerapan manajemen yang lebih efektif. Upaya inovatif tersebut membantu UMKM dalam memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen secara lebih optimal, sehingga secara keseluruhan berdampak positif terhadap peningkatan kinerja bisnis mereka di Kabupaten Purbalingga. Terbuktinya hipotesis pertama (H1) pada penelitian ini menguatkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suaedi, (2019) yang membuktikan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis UMKM.

Hipotesis 2 : Inovasi berpengaruh positif terhadap Kualitas Produk

Diterimanya hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi memiliki pengaruh positif terhadap kualitas produk yang dihasilkan oleh UMKM di Kabupaten Purbalingga. Hal ini menegaskan bahwa pelaku UMKM perlu secara konsisten melakukan inovasi, baik dari segi desain, proses produksi, maupun penggunaan teknologi, agar kualitas produk yang dihasilkan

mampu memenuhi bahkan melampaui harapan konsumen. Inovasi memungkinkan UMKM untuk mengintegrasikan ide-ide baru, memperbaiki kelemahan yang ada pada produk sebelumnya, serta meningkatkan efisiensi dalam proses produksi. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat inovasi yang dilakukan oleh UMKM, semakin besar pula peluang untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi, berdaya saing, dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Terbuktinya hipotesis kedua (H2) pada penelitian ini menguatkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Prajogo & Sohal, (2003) yang membuktikan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap kualitas produk.

Hipotesis 3 : Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis UMKM

Diterimanya hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis UMKM Kerajinan di Kabupaten Purbalingga. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas produk yang dihasilkan, semakin besar pula peluang pelaku usaha untuk mencapai tujuan bisnisnya, yaitu meningkatkan kinerja secara berkelanjutan. Para pelaku usaha kerajinan berupaya menjaga mutu produk dengan memilih bahan baku yang terbaik, menghasilkan desain yang menarik dan konsisten, serta memastikan ketelitian dalam setiap detail pengerjaan. Upaya tersebut bertujuan agar produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Dengan terciptanya kualitas produk yang baik, maka kinerja bisnis UMKM Kerajinan di Kabupaten Purbalingga akan semakin meningkat. Terbuktinya hipotesis ketiga (H3) pada penelitian ini menguatkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anderson & Hidayah, (2023) yang membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis UMKM.

Hipotesis 4 : Inovasi berpengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis UMKM melalui Kualitas Produk

Diterimanya hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk terbukti sebagai variabel yang memediasi hubungan antara inovasi dan kinerja bisnis UMKM. Artinya peningkatan inovasi produk mampu meningkatkan

kualitas produknya sehingga kinerja bisnis UMKM akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Shi et al., (2018) yang menyatakan bahwa kualitas produk yang terdiri dari kualitas normal dan atraktif memediasi inovasi dalam pengaruhnya terhadap kinerja bisnis. Terbuktinya hipotesis keempat (H4) pada penelitian ini menguatkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Iman, (2021) yang membuktikan bahwa kualitas produk memediasi pengaruh inovasi terhadap kinerja bisnis UMKM.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh inovasi terhadap kinerja bisnis UMKM melalui kualitas produk pada UMKM Kerajinan di Kabupaten Purbalingga, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis UMKM.
2. Inovasi berpengaruh positif terhadap kualitas produk.
3. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis UMKM.
4. Kualitas produk memediasi pengaruh inovasi terhadap kinerja bisnis UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, J., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 185–194. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22566>
- Darmanto, sri wardaya, titik dwiyani. (2015). *Bauran orientasi strategi dan kinerja organisasi*. Deepublish.
- Della Monika, Ratih Pratiwi, & Hasan. (2022). Analisis Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis One Village One Product (OVOP) melalui Pengembangan Usaha (Studi Kasus pada UMKM Batik Sentra Desa Dagam Kab Purbalingga). *Formosa Journal of Sustainable Research*, 1(4), 567–582. <https://doi.org/10.55927/fjsr.v1i4.1267>
- Dhewanto, W., Indradewa, R., Ulfah, wardah naili, & Rahmawati, S. (2015). *Manajemen Inovasi untuk usaha kecil & mikro*. Alfabeta.
- DINKOPUKM. (2025). *Data UMKM Bersertifikat/Berijin Kabupaten Purbalingga Tahun 2018-2024*. <https://data.purbalinggakab.go.id/id/dataset/data-umkm-bersertifikat-berijin-kabupaten-purbalingga-tahun-2018-2024>
- Ellitan, L., & Anatan, L. (2009). *Manajemen Inovasi*. Alfabeta.
- Fairoz, F. M., Hirobumi, T., & Tanaka, Y. (2010). Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Small and Medium Scale Enterprises of Hambantota District Sri Lanka. *Asian Social Science*, 6(3), 34–46. <https://doi.org/10.5539/ass.v6n3p34>
- Flynn, B. B. (1994). *Hubungan antara Manajemen Mutu Praktik , Infrastruktur dan Inovasi Produk Cepat*. April 1994.
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 82–88. <https://doi.org/10.9744/jmk.14.1.83-90>
- Hassan, U., Shaukat, M., Nawaz, S., Saqib, M., & Saman, N. (2013). Effects of innovation types on firm performance: an empirical approach in South Korean manufacturing industry. *International Journal of Business Innovation and Research*, 15(2), 215. <https://doi.org/10.1504/ijbir.2018.10009761>
- Iman, A. N. (2021). *Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Ukm Kerupuk Ikan Di Kota Batam)*. 9–25.
- Maltz, A. C., Shenhar, A. J., & Reilly, R. R. (2003). Beyond the balanced scorecard: Refining the search for organizational success measures. *Long Range Planning*, 36(2), 187–204. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(02\)00165-6](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(02)00165-6)
- March, J. G., & Sutton, R. I. (1997). *Organizational Performance as a Dependent Variable Linked references are available on JSTOR for this article : Organizational Performance as a Dependent Variable*. 8(6), 698–706.
- Mcnally, R. C., Akdeniz, M. B., & Calantone, R. J. (2011). *Proses Pengembangan Produk Baru dan Profitabilitas Produk Baru: Menjelajahi Peran Mediasi Kecepatan ke Pasar dan Kualitas Produk*. 28, 63–77.
- Molina-Castillo, F. J., & Munuera-Aleman, J. L. (2009). The joint impact of quality and innovativeness on short-term new product performance. *Industrial Marketing Management*, 38(8), 984–993. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2008.06.001>
- Morgan, N. a, & Vorhies, D. w. (2001). *Product quality alignment and bussines perormance*.
- Mustafa, F., Fani, R., Miftahuddin, & Hapsari, I. (n.d.). *Manajemen Pemasaran*.
- Phillips, : Lynn W., & Buzzell, D. R. C. dan R. D. (1983). *Kualitas Produk , Posisi Biaya dan Kinerja Bisnis : Uji Beberapa Hipotesis Utama*.
- Prajogo, D. I., & Sohal, A. S. (2003). The relationship between TQM practices, quality performance, and innovation performance: An empirical examination. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 20(8), 901–918. <https://doi.org/10.1108/02656710310493625>
- Pratama, S., Yuniar, T., Hendrawan, W. P., & Noviyanti, I. (2024). Pengaruh Strategi

- Inovasi Terhadap Penggunaan Teknologi Informasi Dalam Industri UMKM. *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)*, 2(2), 50–60.
- Rofiaty. (2012). *INOVASI & KINERJA Knowledge sahring behavior pada UMKM*. UB PRESS.
- Shi, L., Wang, X., Sun, H., & He, Z. (2018). The impact of technological innovation on product quality: the moderating role of firm size. *Total Quality Management and Business Excellence*, 29(7–8), 746–761. <https://doi.org/10.1080/14783363.2016.1233810>
- Suaedi, F. (2019). PENGARUH STRUKTUR ORGANISASI, BUDAYA ORGANISASI, KEPEMIMPINAN, ALIANSI STRATEGIS TERHADAP INOVASI ORGANISASI DAN KINERJA ORGANISASI HOTEL BINTANG TIGA DI JAWA TIMUR. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Alvabeta. CV*. https://www.academia.edu/118903676/Metode_Penelitian_Kuantitatif_Kualitatif_dan_R_and_D_Prof_Sugiono
- Susdiani, L. (2020). Analysis The Influence Of Innovations To Micro, Small, And Medium Enterprise Performance Of Creative Industry In Padang City. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 450(4), 450–465. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>
- Susilowati, H. (2022). *Kinerja Bisnis UMKM di Era Digital*. Eureka Media Aksara.
- Taghian, M., D’Souza, C., & Polonsky, M. J. (2015). A stakeholder approach to corporate social responsibility, reputation and business performance. *Social Responsibility Journal*, 11(2), 340–363. <https://doi.org/10.1108/SRJ-06-2012-0068>
- Taufiq, M., Prihatni, R., & Gurendrawati, E. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Penggunaan Sistem Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM*. 1(2), 204–220.
- Vidananda, N. K. P., & Setiawan, P. Y. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DI LARISSA AESTHETIC CENTER DENPASAR*. 4(1), 1–23.
- Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2004). The development and validation of the organisational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, 7(4), 303–313. <https://doi.org/10.1108/14601060410565056>
- Zawislak, P. A., Alves, A. C., Tello-Gamarra, J., Barbieux, D., & Reichert, F. M. (2012). Innovation capability: From technology development to transaction capability. *Journal of Technology Management and Innovation*, 7(2), 14–25. <https://doi.org/10.4067/s0718-27242012000200002>