

***PRODUCT INNOVATION SUCCESS* SEBAGAI UPAYA  
PENINGKATAN KINERJA BISNIS**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi sebagai persyaratan mencapai derajat Sarjana S1**

**Program Studi Manajemen**



**Disusun Oleh :**

***Habil Bumi Perwira Nugraha***

**30401612166**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEMARANG  
2020**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

***PRODUCT INNOVATION SUCCESS* SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN  
KINERJA BISNIS**

**Disusun Oleh :**

***Habil Bumi Perwira Nugraha***

**30401612166**

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya  
dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian usulan penelitian Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, Desember 2019



**Drs. Mulyana, M.Si**  
**NIDN 0607056003**

**PRODUCT INNOVATION SUCCESS SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN  
KINERJA BISNIS**

**Disusun Oleh :**

**Habil Bumi Perwira Nugraha**

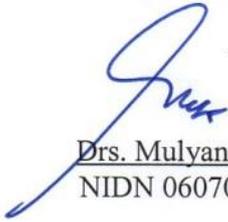
**30401612166**

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada Tanggal, Desember 2019

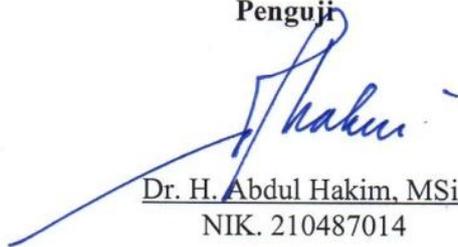
**Susunan Dewan Penguji**

**Pembimbing**



Drs. Mulyana, M.Si  
NIDN 0607056003

**Penguji**



Dr. H. Abdul Hakim, MSi.  
NIK. 210487014



Dr. Hj. Nunung Ghoniyah, MM  
NIDN 0607056203

Usulan penelitian Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Tanggal, Desember 2019

**Ketua Program Studi Manajemen**



Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM  
NIK.210499042

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Habil Bumi Perwira Nugraha

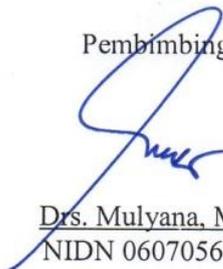
NIM : 30401612166

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa usulan penelitian skripsi berjudul **“PRODUCT INNOVATION SUCCESS SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KINERJA BISNIS”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi atau duplikasi dari karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat dalam usulan penelitian skripsi ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiasi dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Pembimbing

  
Drs. Mulyana, M.Si  
NIDN 0607056003

Semarang, Desember 2019  
Yang membuat pernyataan



Habil Bumi Perwira Nugraha  
NIM 30401612166

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO :**

*“Berani bertindak dan punya prinsip adalah jawaban keberhasilan”. (Habil Bumi Perwira Nugraha)*

### **Skripsi ini kupersembahkan untuk:**

Kedua orang tuaku yang tidak henti-hentinya menyemangati dan mendoakan di setiap langkahku, saudaraku, serta temanku yang selalu memberikan support.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. yang telah melimpahkan taufiq, hidayah, rahmat serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian usulan skripsi yang berjudul ***“Product innovation success sebagai upaya peningkatan kinerja bisnis”***. Usulan penelitian skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang.

Dalam penelitian ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam menyusun usulan penelitian skripsi ini, antara lain kepada:

1. Bapak Drs. Mulyana, M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis hingga usulan penelitian skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan baik.
2. Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, S.E.,M.Si.,Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan bantuan dalam penyusunan usulan penelitian skripsi ini.
5. Orang tua penulis, Bapak Sugiyanto dan Ibu Kastu'ah terimakasih atas semua doa dan dukungannya selama ini, semangat dan kasih sayang

yang tiada henti, sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian skripsi.

6. Adik Galang Abdi Wicaksono, Abdul Hakim Amrullah, keluarga besar dan orang tersayang penulis, yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, senyum dan do'anya untuk keberhasilan ini, cinta kalian adalah memberikan semangat yang menggebu.
7. Seluruh teman-teman civitas akademika Unissula, khususnya teman-teman Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Angkatan Tahun 2016 yang berkenaan berbagi pengalaman yang tidak terlupakan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan pra skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran yang membangun agar usulan penelitian skripsi ini dapat lebih sempurna. Dan penulis berharap semoga usulan penelitian skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Semarang, Desember 2019

Penulis



Habil Bumi Perwira Nugraha

## INTISARI

Pendekatan *market sensing capability* dan *absortive capability* merupakan dua jenis pendekatan yang biasa digunakan untuk memprediksi *business performance*. Beberapa penelitian telah menunjukkan perusahaan-perusahaan yang memiliki kemampuan pengindraan pasar cenderung meningkatkan kinerja bisnis. Meskipun demikian beberapa peneliti telah menemukan bukti yang berbeda yakni *market sensing capability* bukan sebagai pendorong kinerja bisnis (Ardyan, 2016; Lindblom, 2008; Olavarrieta and Friedmann, 2008). Apa yang di jelaskan di atas pada dasarnya menunjukkan secara teoritis *market sensing capability* dan *absortive capability* merupakan sarana strategis dalam meningkatkan kinerja perusahaan, namun secara praktis kedua variabel tersebut tidak selalu menghasilkan *business performance* yang baik. Guna mengatasi masalah ini, beberapa peneliti telah menyarankan bahwa untuk menghasikan *business performance* yang lebih baik maka *market sensing capability* harus menggunakan strategi dalam mengimplementasikan ke dalam usahanya, salah satunya bisa menggunakan *product innovation success* (Fang, 2012; Pratomo dan Widiyanto, 2015; Tarnovskaya, 2008). Bila hal tersebut di aplikasikan pada industri pakaian jadi, sangat mungkin *product innovation success* memediasi hubungan *market sensing capability* dan *absortive capability* dengan *business performance*. Oleh karena itu, penting kiranya memasukkan *product innovation success* sebagai variabel yang memediasi relasi antara *market sensing capability* dan *business performance*.

Berdasarkan fenomena bisnis dan *research gap* yang di kemukakan diatas maka rumusan masalah dalam studi ini adalah : “*Peran product innovation success sebagai upaya peningkatan kinerja bisnis*”. Pertanyaan penelitian ini adalah (a) Bagaimana pengaruh *market sensing capability* dan *absortive capability* terhadap *product innovation success* dan (b) Bagaimana pengaruh *market sensing capability*, *absortive capability*, dan *product innovation success* terhadap *business performance*.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu para UMKM pakaian jadi yang ada di wilayah Kudus, Demak, Semarang. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu menggunakan karakteristik tertentu dalam menentukan sampel. Karakteristik dalam penelitian ini yaitu lamanya UMKM berdiri minimal 2 tahun dan jumlah tenaga kerja kurang dari 99 karyawan. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 121 responden. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah uji regresi dengan menggunakan SPSS versi 25.

Berdasarkan pengujian hipotesis studi ini dapat di simpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *market sensing capability* dan *absortive capability* terhadap *product innovation success*, dan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *absortive capability*, *product innovation success* terhadap *business performance*, akan tetapi terdapat pengaruh negative dan tidak signifikan variable *market sensing capability* terhadap *business performance*. Kemudian berdasarkan uji Sobel, juga diketahui bahwa , *product innovation success* memediasi *market sensing capability* dan *absortive capability* dengan

kinerja bisnis mikro kecil dan menengah pada industri pakaian jadi di wilayah Kudus, Demak, Semarang. Dengan demikian mediasi , *product innovation success* yang di ajukan sebagai solusi mengatasi kesenjangan penelitian dalam relasi *market sensing capability* dan *absortive capability* dalam *business performance* adalah tepat.