

**INNOVATION PROCESS IN SMALL BUSINESSES: A PERSPECTIVE FROM TRAVEL AGENT
INDUSTRY IN PADANG, WEST SUMATRA**

Donard Games¹, Fajar Harimulya²

^{1&2} Universitas Andalas

donardgames@eb.unand.ac.id^{1*}, fajar.hm@gmail.com²

ABSTRACT

The present study wants to examine the relationships between some innovation-related concepts (innovation capability, contextual factors, and business environment) and innovation process. Innovation process is important because it significantly supports product innovation which in turn increases small and medium enterprise (SME) financial performance. It includes improvements in operational and managerial aspects which are sometimes neglected by business organization compared to product innovation. The context of travel agent SMEs is used in this study because their characteristics require innovation process. The present study uses quantitative approach in which the data were collected from 138 SME owners of travel agents in Padang, West Sumatra, Indonesia. The data were analyzed by multiple linear regression analysis by SPSS. It was found that innovation capability, contextual factors, and business environment are significantly related to innovation process. These findings can provide some important implications for SMEs in this industry.

Keywords : *Innovation Process, Innovation Capability, Contextual Factors, Business Environment, SMEs, Travel Agent Industry*

**INOVASI PROSES PADA USAHA KECIL: SUATU PERSPEKTIF DARI INDUSTRI PERJALANAN
WISATA DI KOTA PADANG, SUMATERA BARAT**

ABSTRAK

Riset ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara sejumlah konsep terkait inovasi (i.e. kapabilitas inovasi, faktor-faktor kontekstual, dan lingkungan bisnis) dan inovasi proses. Hal ini penting untuk dibahas karena inovasi proses memberikan nilai tambah bagi aspek operasional dan manajerial. Selama ini seringkali organisasi bisnis lebih berfokus pada inovasi produk dan tidak memperhatikan inovasi proses yang sebenarnya juga penting. Konteks penelitian ini adalah usaha kecil menengah di industri layanan perjalanan wisata di Kota Padang, Sumatera Barat. Industri ini memang membutuhkan inovasi proses karena karakteristiknya menuntut demikian. Riset ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berasal dari 138 pemilik agen travel dengan metode analisa regresi linear berganda dengan SPSS. Ditemukan bahwa kapabilitas inovasi, faktor-faktor kontekstual, dan lingkungan usaha berhubungan positif dan signifikan dengan inovasi proses. Temuan ini memberikan sejumlah implikasi yang berguna bagi usaha kecil di industri ini.

Kata Kunci : Inovasi Proses, Kapabilitas Inovasi, Faktor-Faktor Kontekstual, Lingkungan Bisnis, UKM, Industri Perjalanan Wisata.

PENDAHULUAN

Inovasi proses seringkali tidak diperhatikan oleh organisasi bisnis termasuk usaha kecil dan menengah (UKM). Mereka lebih banyak berfokus pada inovasi produk yang diduga akan lebih cepat mendatangkan dampak positif bagi pertumbuhan bisnis. Padahal sebagaimana disampaikan oleh Reichten dan Salter (2006), inovasi proses juga tidak kalah pentingnya karena ini berkaitan erat dengan keunggulan kompetitif dan kinerja organisasi. Mereka juga menekankan bahwa inovasi proses berkaitan dengan cara baru dalam melakukan operasional atau manajemen perusahaan, cara baru dalam mengimplementasikan teknologi dalam organisasi, dan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang efektif dan efisien untuk menunjang rutinitas organisasi bisnis. Dengan demikian, UKM perlu untuk mengupayakan pelaksanaan inovasi proses untuk bisa berdaya saing, tumbuh, dan secara konsisten menjadikan inovasi proses menjadi bagian tidak terpisahkan dari perbaikan terus-menerus yang dilakukan oleh UKM.

Inovasi proses menjadi lebih relevan bila dikaitkan dengan industri tertentu yang memang membutuhkan inovasi jenis ini. Industri agen travel atau layanan perjalanan wisata adalah salah satu industri tersebut. Hjalager (2010) menjelaskan karakteristik layanan travel yang membuatnya membutuhkan inovasi proses, yaitu antara lain karakteristik kompetisi yang ketat di industri ini serta perubahan yang terjadi demikian cepat yang mengubah model bisnis dalam industri ini. Pada kenyataan, industri ini memang mengalami perubahan drastis dari satu dekade yang lalu. Saat ini, dunia makin terhubung dengan informasi, aplikasi dan e-dagang yang menjadikan konsumen mudah untuk mengatur perjalanannya secara individual. Itu semua adalah tantangan yang mengubah paradigma dan model bisnis pelaku industri apalagi UKM di bidang ini. Oleh karena itu, UKM membutuhkan inovasi yang komprehensif, baik inovasi proses maupun inovasi produk, untuk bisa bertahan dan meningkatkan profitabilitasnya.

Riset ini bertujuan untuk membahas hubungan antara sejumlah variabel yang berpotensi memengaruhi inovasi proses pada UKM layanan perjalanan wisata di Kota Padang, Sumatera Barat. Analisa dari penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan sejumlah faktor yang bisa menentukan keberhasilan inovasi proses pada suatu organisasi bisnis. Penelitian ini melanjutkan penelitian dari Sethi (2000) dan Martínez-Román, Tamayo, Gamero, dan Romero (2015) yang telah bahwa kapabilitas inovasi (innovation capability), faktor-faktor kontekstual (contextual factors), dan lingkungan bisnis (business environment) sebagai konstruk-konstruk yang berpengaruh pada inovasi proses pada konteks organisasi bisnis di Spanyol. Kapabilitas UKM mengimplementasikan inovasi menjadi krusial karena sebagai UKM, mereka juga harus menghadapi kenyataan bahwa mereka mengalami keterbatasan dalam menyiasati situasi kompetisi yang intens dan perubahan khususnya dalam hal teknologi informasi dan komunikasi yang begitu cepat (Games dan Rendi, 2019). Konteks Indonesia, khususnya di Kota Padang, yang mengandalkan sektor pariwisata menjadikan layanan perjalanan wisata (travel agents) menjadi cukup strategis. Demikian pula perihal lingkungan bisnis di Indonesia, khususnya di Kota Padang bisa memberikan suatu perspektif baru.

Inovasi proses yang meningkat bisa menjadi modal berharga bagi pertumbuhan industri layanan wisata ini. Namun demikian, belum banyak yang melihat inovasi proses sebagai variabel penting atau bahkan sekadar pelengkap inovasi produk. Dengan menjadikan beberapa konstruk yang terkait dengan inovasi (kapabilitas inovasi, faktor-faktor kontekstual, dan lingkungan bisnis) diharapkan bisa memberikan suatu perspektif yang lebih mencerahkan terkait inovasi proses dalam konteks Indonesia. Indonesia adalah pasar yang berkembang dengan kegiatan kewirausahaan yang terus makin meningkat. Jumlah UKM yang meningkat yang tanpa disertai inovasi termasuk inovasi proses akan justru menjadi beban bagi perekonomian. Diharapkan riset ini bisa memberikan kontribusi bagi peningkatan inovasi proses dan kebijakan pemerintah yang bisa mendorong inovasi proses pada UKM di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori menyatakan bahwa setiap keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi pandangan umum

Inovasi Proses

Inovasi proses menunjukkan proses pembaharuan dalam organisasi yang meningkatkan kinerja organisasi bisnis dan selanjutnya meningkatkan daya saing (Reichstein dan Salter, 2006). Selanjutnya, Edquist, Hommen, dan McKelvey (2001) melihat inovasi proses dari segi apakah itu melibatkan elemen teknologi atau hanya terkait dengan koordinasi sumber daya manusia atau sistem organisasi lainnya. Inovasi proses teknologi mengambil bentuk perbaikan dalam prosedur operasi yang terdiri dari peningkatan operasi manufaktur (Reichstein dan Salter, 2006), dan peningkatan operasional layanan (Damanpour dan Gopalakrishnan, 2001). Terkait ini, Ettlie (2006) mengidentifikasi inovasi proses sebagai perubahan teknologi dalam produk dan operasi dapat secara bersamaan yang dapat menyebabkan perubahan lain dalam proses organisasi dengan prosedur administrasi baru. Dengan demikian, inovasi proses pada sektor jasa terutama berkaitan dengan peningkatan operasional layanan yang bisa berasal dari penggunaan teknologi baru atau cara pengelolaan atau administrasi yang baru.

Kapabilitas Inovasi

Rogers (2002) mengartikan inovasi sebagai sesuatu yang baru atau peningkatan yang dihasilkan oleh suatu organisasi bisnis untuk menciptakan nilai tambah yang signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung yang dapat memberikan manfaat bagi perusahaan. Dalam hal ini, Calantone, Cavusgil, dan Zhao (2002) menekankan bahwa untuk mengembangkan inovasi yang komprehensif, diperlukan kemampuan atau kapabilitas inovasi atau kemampuan untuk mengembangkan inovasi. Hal ini menjadi penting karena kemampuan berinovasi dapat membantu proses dan hasil inovasi dapat tercapai. Lawson dan Samson (2001) menjelaskan bahwa kapabilitas inovasi bisa dilihat sebagai kemampuan untuk mengubah pengetahuan dan gagasan secara terus-menerus ke dalam berbagai bentuk proses, dan sistem baru, untuk kepentingan organisasi. Hal ini bermakna bahwa kapabilitas inovasi ini mewakili kemampuan organisasi untuk memanfaatkan sumber daya organisasi untuk terbuka dan mampu mengimplementasikan inovasi.

Menurut Hjalager (2002), ada tiga indikator penting kemampuan inovatif dalam UKM, yaitu pengetahuan, organisasi, dan faktor manusia. Pengetahuan adalah faktor penting dari kegiatan inovatif baik internal maupun eksternal (Camisón dan Montfort-Mir, 2012). Namun, proses produksi dan difusi pengetahuan lebih kompleks (Cooper, 2006) dan kegiatan R&D dan perusahaan kolaboratif-universitas kurang sering dilakukan di konteks pariwisata (Camisón dan Montfort-Mir, 2012). Karena itu, UKM mungkin memiliki lebih sedikit pengetahuan untuk berinovasi, dan karakteristik spesifik mereka akan menghambat transfer pengetahuan dari organisasi publik dan swasta. Selanjutnya, faktor-faktor organisasi seperti tingkat desentralisasi, kelompok kerja, hierarki, orientasi strategis, atau standar kualitas tentang inovasi organisasi akan memengaruhi inovasi (Blake, Sinclair, dan Campos-Soria, 2006). Terakhir, faktor manusia berkaitan dengan gaya manajemen, pelatihan staf dan budaya organisasi. Berbagai aspek yang berkaitan dengan faktor manusia di perusahaan, seperti tingkat pendidikan manajer dan karyawan, kreativitas dan pengambilan risiko, muncul dalam berbagai penelitian karena pengaruh penting mereka pada inovasi (Krizaj, Brodnik, dan Bukovec, 2014).

Faktor Kontekstual

Faktor kontekstual dalam UKM adalah faktor alternatif untuk menganalisis kemampuan inovatif perusahaan di wilayah ini, termasuk UKM, serta untuk studi proses inovatif di sektor jasa atau pariwisata (Rondé dan Hussler, 2005). Kontekstual di sini bisa diasumsikan sebagai sesuatu yang terkait atau ditentukan oleh atau dalam konteks. Sethi (2000) mengemukakan bahwa inovasi proses akan sangat tergantung pada tim kontekstual yang berinovasi itu sendiri, itu berarti akan tergantung pada pemilik atau manajer kontekstual dalam mempertimbangkan faktor atau situasi yang akan mempengaruhi inisiatif mereka dalam melakukan inovasi proses. Selanjutnya, variabel kontekstual yang dapat mempengaruhi inovasi terkait dengan ukuran perusahaan, hubungan kerja sama, dan sumber pendanaan. Ukuran perusahaan dapat diukur dari total aset yang dimiliki perusahaan dan dapat digunakan untuk operasi perusahaan. Jika total aset yang dimiliki perusahaan sangat besar, manajemen dapat lebih fleksibel dalam menggunakan aset yang ada di perusahaan. Hal ini berarti bahwa faktor-faktor kontekstual berkaitan erat dengan kondisi organisasi saat ini yang juga berkaitan dengan situasi internal dan eksternal.

Rondé dan Hussler (2005), meneliti banyak referensi yang dapat menjelaskan pengaruh kerja sama pada kegiatan perusahaan dan hasil inovatif. Dalam sebuah perusahaan, kerja sama atau hubungan seperti pemasok, distributor, pelanggan, mitra bisnis, dan pesaing telah terbukti mendukung inovasi. Namun, pentingnya kerja sama dengan universitas dan pusat teknologi adalah kelemahan dari sektor yang harus diperiksa secara mendalam (Hjalager, 2010). Menurut Keizer, Dijkstra, dan Halman (2002), pendanaan dan insentif publik memiliki pengaruh terhadap inovasi dalam UKM. Dalam UKM, telah terbukti bahwa pemerintah dapat memfasilitasi inovasi, efisiensi dan daya saing di perusahaan-perusahaan sektor ini (Blake et al, 2006). Dapat dikatakan bahwa pendanaan adalah salah satu faktor penting agar inovasi proses berjalan dengan baik.

Lingkungan Bisnis

Lingkungan bisnis adalah faktor penting yang diperlukan untuk hubungan antara strategi operasi dan kinerja bisnis perusahaan. Karena itu organisasi terutama tim manajemen puncak perlu melakukan lingkungan pemindaian agar organisasi dapat bertahan dan lebih penting lagi, bisa memanfaatkan lingkungan eksternal untuk capaian inovasi organisasi (Yadav, Prabhu dan Chandy (2007). Martínez-Román et al. (2015), mengemukakan bahwa faktor lingkungan dalam perusahaan dapat menentukan strategi bisnis perusahaan melalui dua aspek, ada tingkat persaingan untuk mencapai pasar dan dukungan kelembagaan. Kusmayadi (2008), menyatakan bahwa lingkungan bisnis adalah lingkungan yang memiliki pengaruh langsung terhadap kondisi perusahaan yang meliputi lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Ada dua lingkungan utama yang dapat menjadi pertimbangan dalam merumuskan strategi, ada perubahan di lingkungan eksternal yang berisi lingkungan industri dan lingkungan sosial, dan perubahan lingkungan internal perusahaan. Perencanaan strategis dalam sistem manajemen strategi menempati posisi yang sangat penting. Dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan kompleks, perusahaan perlu mengembangkan perencanaan strategis untuk menghadapi persaingan global.

Kerangka Kerja Konseptual dan Hipotesis

Menurut Calantone et al. (2002), dalam mengembangkan inovasi, kita membutuhkan kapabilitas inovasi. Ini didukung oleh Lawson dan Samson (2001), kemampuan inovasi didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengubah pengetahuan dan ide menjadi berbagai bentuk proses, dan sistem baru, untuk profitabilitas suatu organisasi atau perusahaan. Penelitian oleh Rajapathirana dan Hui (2018), menjelaskan bahwa kemampuan inovasi memiliki dampak yang kuat dan signifikan pada produk, pemasaran, dan inovasi proses organisasi. Dengan demikian, Hipotesis 1 bisa diidentifikasi sebagai berikut:

H1: Kapabilitas inovasi berpengaruh signifikan pada inovasi proses.

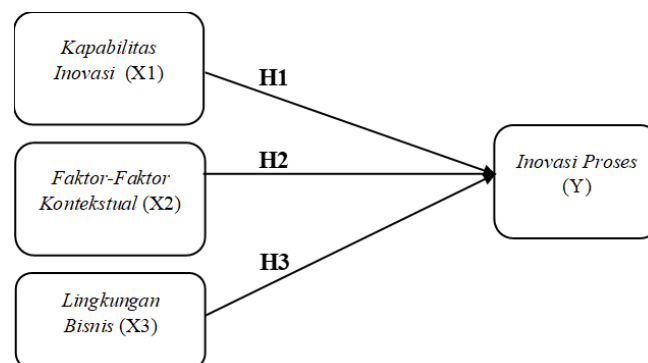
Martínez-Román et al. (2015) ukuran bisnis memiliki pengaruh positif terhadap suatu proses, sehingga pertumbuhan perusahaan mendukung tingkat inovasi proses. Untuk pendanaan, ketergantungan pada pinjaman jangka panjang cenderung mengurangi aktivitas inovatif dalam prosesnya. Hasil-hasil ini tampaknya secara implisit mengindikasikan spesialisasi khusus dalam sumber pendanaan; Pendanaan proyek jangka panjang (misalnya, membuat proses baru dan mendapatkan mesin khusus) harus dibiayai menggunakan sumber daya perusahaan sendiri. Oleh karena itu, model ini tidak menunjukkan pengaruh kerjasama yang signifikan terhadap tingkat inovasi. Faktor kontekstual dalam UKM adalah faktor alternatif untuk menganalisis kemampuan inovatif perusahaan di wilayah ini, termasuk UKM, serta untuk studi proses inovatif di sektor jasa atau pariwisata (Rondé dan Hussler, 2005). Untuk mengatasi masalah ini, model interaktif baru harus dikembangkan, dan harus dipelajari tentang kegiatan inovatif organisasi di semua sektor. Khusus untuk UKM di sektor pariwisata, faktor-faktor kontekstual utamanya adalah dalam hal ukuran dan kerjasama dengan pemasok mendukung inovasi (Krizaj et al, 2014). Dengan demikian, Hipotesis 2 bisa diidentifikasi sebagai berikut:

H2: Faktor kontekstual berpengaruh signifikan pada inovasi proses

Menurut van den Bosch dan Volberda (2006), terdapat sejumlah faktor lingkungan eksternal utamanya, seperti undang-undang dan peraturan pemerintah, globalisasi pasar dan internasionalisasi bisnis, peristiwa politik dan sosial, kemajuan teknologi, harapan pelanggan, persyaratan pemasok, persyaratan pemasok, meningkatnya persaingan, dan fluktuasi dalam siklus bisnis yang memengaruhi inovasi organisasi. Perubahan demografis dan tantangan bagi UKM dalam menarik dan mempertahankan pekerja terampil juga diidentifikasi sebagai pekerjaan besar bagi UKM (Games dan Rendi, 2019). Informasi dan dukungan yang diberikan pemerintah dan juga impor teknologi canggih memungkinkan produsen untuk mempelajari keterampilan dan pengetahuan dari pesaing asing yang secara signifikan dapat meningkatkan inovasi proses (Shu et al., 2015). Dengan demikian, Hipotesis 3 bisa diidentifikasi sebagai berikut:

H3: Lingkungan Bisnis memiliki pengaruh signifikan terhadap inovasi proses.

Berdasarkan tiga hipotesis di atas, maka bisa diidentifikasi model riset berikut:



Gambar. 1. Model Riset

METODE PENELITIAN

Riset ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu dengan menganalisa data 150 UKM di industri biro travel di Kota Padang, Sumatera Barat. Mereka aktif menjual tiket perjalanan sekaligus juga menyediakan paket-paket wisata baik untuk destinasi lokal maupun di luar Sumatera Barat. Selanjutnya, sebagaimana bisa dilihat pada Gambar 1 variabel independen dalam penelitian ini adalah kapabilitas inovasi, faktor-faktor kontekstual, dan lingkungan bisnis. Selanjutnya, dependent variable dalam penelitian ini adalah inovasi proses. Untuk metode analisa, penelitian ini menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji multikolinearitas, regresi linear berganda dengan SPSS 23. Penelitian dilakukan selama Januari 2019.

Pengukuran

Penelitian ini, peneliti menggunakan rating Skala Likert 1 sampai dengan 5 (dengan 1 = sangat tidak setuju dan 5= sangat setuju sekali). Variabel-variabel riset dan indikator-indikatornya bisa dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala	Referensi
Kapabilitas Inovasi	<i>Kapabilitas inovasi</i> dimaknai sebagai kemampuan untuk mentransformasikan secara berkelanjutan tentang pengetahuan dan gagasan ke dalam berbagai bentuk proses, dan sistem yang baru, bagi keuntungan organisasi atau perusahaan.	• Pentingnya belajar pada pekerjaan. • Kehadiran pada pelatihan dan seminar oleh manajer. • Kehadiran pada pelatihan dan seminar oleh non manajer. • Persentase manajer yang memiliki gelar sarjana. • Persentase non-manajer yang memiliki gelar universitas. • Kreativitas sebagai kriteria untuk promosi/penghargaan. • Pengambilan risiko. • Otonomi pengambilan keputusan untuk posisi manajerial. • Pengambilan keputusan otonomi untuk posisi non-manajerial. • Adanya kelompok kerja permanen. • Adanya kelompok khusus untuk penyelesaian masalah. • Tingkat pengawasan dan kontrol hirarkis. • Memiliki sertifikasi kualitas resmi.	<i>Likert</i> (1-5)	Martínez-Román et al. (2015)
Faktor-Faktor Kontekstual	Inovasi proses akan sangat tergantung pada kontekstual tim yang melakukan inovasi itu sendiri, dalam penelitian ini akan sangat tergantung pada kontekstual pemilik atau pengelola dalam mempertimbangkan faktor - faktor situasi yang mempengaruhi inisiatif mereka dalam melakukan inovasi proses.	• Jumlah pekerja untuk staf • Pentingnya pendanaan mandiri. • Pentingnya pinjaman bank jangka pendek. • Pentingnya pinjaman bank jangka menengah. • Pentingnya pinjaman bank jangka panjang. • Hubungan dengan pemasok • Hubungan dengan pelanggan • Hubungan dengan jaringan bisnis • Hubungan dengan pesaing • Hubungan dengan perusahaan lain	<i>Likert</i> (1-5)	Martínez-Román et al. (2015)
Lingkungan bisnis	Lingkungan bisnis adalah lingkungan yang mempengaruhi secara langsung kondisi perusahaan yang meliputi lingkungan internal dan lingkungan	• Tingkat persaingan kompetitif di pasar • Prediksi evolusi persaingan kompetitif • Pentingnya isu pajak • Pentingnya kebijakan dan	<i>Likert</i> (1-5)	Martínez Román, et al. (2015)

Inovasi Proses pada Usaha Kecil: Suatu Perspektif dari Industri Perjalanan Wisata di Kota Padang, Sumatera Barat (Donard Games dan Fajar Harimulya)

	eksternal.	lembaga untuk promosi eksternal			
Inovasi proses	Inovasi proses menunjukkan proses pembaruan dalam organisasi. Bentuk inovasi ini juga telah ditemukan menjadi pendorong penting kinerja perusahaan dan sarana strategis penting untuk meningkatkan posisi kompetitif perusahaan	• Peningkatan produk. • Peningkatan layanan. • Administrasi baru • Strategi baru • Struktur organisasi baru	operasi	Likert (1-5)	Reichstein dan Salter, (2006)

Analisa Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, yaitu analisis untuk mengetahui pengaruh kapabilitas inovasi, faktor-faktor kontekstual, dan lingkungan bisnis terhadap inovasi proses.

Bentuk persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	:	Inovasi proses
a	:	Konstanta
b ₁	:	Koefisien regresi X1
X ₁	:	Kapabilitas inovasi
b ₂	:	Koefisien regresi X2
X ₂	:	Faktor-faktor kontekstual
b ₃	:	Koefisien regresi X3
X ₃	:	Lingkungan bisnis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen

Hasil uji validitas memperlihatkan bahwa setiap item pernyataan untuk semua variabel (dependen dan independen) dapat diketahui bahwa nilai r hitung pada masing-masing item lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,165. Hal ini berarti keseluruhan item yang terdapat dalam variabel yang diujikan pada penelitian ini dinyatakan valid. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *cronbach's alpha*. Jika nilai *cronbach's alpha* > 0,60 artinya reliabilitas mencukupi. Nilai *cronbach's alpha* dari semua variabel lebih besar dari 0,60, dengan rentang 0,777 (inovasi proses) dan 0,879 kapabilitas inovasi, maka dapat disimpulkan bahwa hasil pengukuran semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memastikan data yang diperoleh layak untuk diolah dengan menggunakan regresi linear berganda, maka sebelum data diolah dilakukan uji asumsi klasik. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat grafik *P-P plot of Regression Standardized Residual* dan juga dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Grafik *P-P Plot of Regression Standardized Residual* memperlihatkan bahwa data tersebar disekitar garis diagonal sepanjang grafiknya. Ini menunjukkan bahwa data penelitian ini memiliki pola distribusi normal dan dapat dianalisis dengan model regresi linear berganda. Berdasarkan uji normalitas dengan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov (K-S)* dapat diketahui bahwa data terdistribusi normal. Hal ini dapat terlihat dari nilai *Asymptotic Significance (2-tailed)* sebesar 0,06 (> 0,05). Selanjutnya, uji heterokedastisitas dilakukan dengan metode Glejser yaitu dengan melihat nilai signifikansi dari variabel. Dapat diidentifikasi bahwasanya tidak terjadi masalah heterokedastisitas karena nilai signifikansi > 0,05, yaitu 0,761, 0,546, dan 0,728. Selanjutnya, uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi memiliki korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebasnya. Metode ini dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance* pada model regresi tersebut. Nilai *tolerance* dan VIF dari semua variabel bebas memenuhi kriteria dimana nilai *tolerance* besar dari 0,10 dan VIF kecil dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu store atmosphere (X) terhadap keputusan pembelian (Y). Dari pengolahan data dengan SPSS diperoleh hasil seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien Regresi
Constant	0.671
Kapabilitas inovasi	0.166
Faktor-faktor kontekstual	0.117
Lingkungan bisnis	0.333

Dapat dilihat dari tabel 2 di atas, maka dapat diketahui bahwa hasil dari persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 0,671 + 0,166 X_1 + 0,117 X_2 + 0,333 X_3 + e$$

Interpretasi persamaan di atas: (a) Jika nilai konstan, maka nilai Y akan bertambah sebesar 0,671. Ini berarti bahwa bila kapabilitas inovasi, faktor-faktor kontekstual, dan lingkungan bisnis sama dengan konstanta, maka inovasi proses sama dengan 0,671. (b) Jika kapabilitas inovasi, faktor-faktor kontekstual, dan lingkungan bisnis bertambah sebesar satu satuan sedangkan variabel lainnya konstan, maka diduga akan meningkatkan inovasi proses sebesar 0,166, 0,117, dan 0,333.

Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil perhitungan Koefisien Determinasi diperoleh menggunakan SPSS 23 terlihat bahwa R Square (Koefisien Determinasi) sebesar 0,833. Hal ini bermakna bahwa 83,3% inovasi proses dipengaruhi oleh kapabilitas inovasi, faktor kontekstual, dan lingkungan bisnis. Sisanya 16,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam riset ini.

Uji t

Tabel 3. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.671	.789		.851	.397
KI	.166	.038	.331	4.377	.000
FK	.117	.043	.222	2.684	.008
LB	.333	.060	.407	5.528	.000

Berdasarkan hasil analisa SPSS 23 diperoleh nilai t_{hitung} pada kapabilitas inovasi adalah 4,377, faktor-faktor kontekstual adalah 2,684, dan lingkungan bisnis 5.528. adalah 7,008. Pada derajat bebas (df) = $n-k-1 = 360-4-1 = 355$, nilai t_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) adalah 1,967. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H1, H2, dan H3 diterima, artinya variabel kapabilitas inovasi, faktor-faktor kontekstual, dan lingkungan bisnis secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap inovasi proses.

Kapabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi proses. Hal ini berarti bahwa meningkatnya kemampuan UKM layanan perjalanan wisata dalam riset ini akan meningkatkan inovasi proses. Hasil penelitian ini mendukung beberapa penelitian terdahulu seperti Rajapathirana dan Hui (2018), Calantone et al. (2002) dan Lawson dan Samson (2001) yang membuktikan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara kapabilitas inovasi mempengaruhi Inovasi proses. Ini berbeda dengan pendapat yang dikemukakan oleh Martínez-Román et al. (2015) bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh negatif signifikan terhadap inovasi proses. Hal ini mengindikasikan bahwa inovasi proses memang menjadi konstruk yang relevan bagi peningkatan keunggulan kompetitif pada UKM sektor jasa travel.

Selanjutnya, berdasarkan hasil deskripsi data pada variabel kapabilitas inovasi bisa dilihat bahwa kemampuan UMKM untuk menerima kebaruan dan menggerakkan sumber daya organisasi untuk mengimplementasikan inovasi berada dalam kriteria sangat baik. Indikator kapabilitas inovasi yang paling besar mempengaruhi inovasi proses pada UKM di studi ini terdapat pada pernyataan “saya memiliki keberanian dalam pengambilan risiko pada bisnis yang saya jalankan” dengan skor rata-rata 4,31, sedangkan rata-rata terendah pada pernyataan “saya memiliki tim dalam penyelesaian masalah sebesar 3,86”. Hal ini sejalan dengan hasil studi Games dan Rendi (2019) yang menemukan bahwa keberanian mengambil risiko adalah faktor penting dalam peningkatan capaian inovasi pada UKM di Sumatera Barat. Hal ini memperlihatkan bahwa masih banyak ruang untuk dieksplorasi oleh UKM yang bisa memberikan manfaat bagi UKM meskipun ada risiko yang mesti diambil.

Inovasi Proses pada Usaha Kecil: Suatu Perspektif dari Industri Perjalanan Wisata di Kota Padang, Sumatera Barat (Donard Games dan Fajar Harimulya)

Dalam hal hubungan antara faktor-faktor kontekstual dan inovasi proses, faktor-faktor kontekstual dalam riset ini (modal kerja, hubungan pelanggan, hubungan dengan pesaing, hubungan dengan pemasok, dan keterhubungan dengan jejaring) berpengaruh signifikan terhadap proses inovasi. Hal ini sesuai dengan studi dari Sethi (2000), Martínez-Román et al. (2015), Rondé dan Hussler (2005) dan Krizaj et.al (2014) yang menekankan bahwa proses inovasi akan sangat tergantung pada konteks organisasi bisnis, pemilik atau pengelola, serta Keterhubungan dengan pihak-pihak seperti pemasok dan pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa kesolidan organisasi, komitmen pemilik, dan jejaring menjadi kunci keberhasilan proses inovasi. Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan bisnis memiliki pengaruh signifikan terhadap inovasi proses. Dengan demikian, penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “lingkungan bisnis berpengaruh terhadap proses inovasi”. Hasil penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan Martínez-Román et al. (2015) dan Zhang et al. (2017). Berdasarkan hasil deskripsi data pada variabel lingkungan bisnis menunjukkan bahwa kemampuan yang dilakukan oleh UMKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang dalam kriteria sangat baik. Indikator dengan skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan dengan “tingkat persaingan yang tinggi (kompetitif) di industri, saya merasa perlu untuk selalu berinovasi “dengan rata-rata 4,33. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan justru menjadi pemicu daya upaya UKM untuk meningkatkan inovasi proses.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisa data, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut: kapabilitas inovasi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap inovasi proses pada UKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang. Variabel Faktor-Faktor Kontekstual memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap inovasi proses pada UKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang. Variabel lingkungan bisnis memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap inovasi proses pada UKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang.

Selanjutnya, implikasi bagi pelaku usaha juga telah diidentifikasi. UKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang dapat menganalisa kapabilitas inovasi seperti pengetahuan atau gagasan dan kesediaan organisasidalam berinovasi. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi setiap perubahan yang dihadapi UKM dan memanfaatkan setiap kesempatan atau peluang yang ada. Sebagai contoh dalam pengetahuan atau gagasan, pelaku UKM harus selalu belajar untuk agar memiliki pengetahuan yang baru dalam melakukan inovasi agar perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif. UKM juga dituntut untuk selalu kreatif dalam beroperasi agar selalu menciptakan sebuah inovasi yang berkualitas dimata pelanggan. Jika dilihat dari hasil survei melalui kuisioner pernyataan yang terendah yang mewakili indikator pada variabel kemampuan inovasi adalah pada perlunya sebuah tim dalam penyelesaian masalah. Hal tersebut harus ditingkatkan oleh UKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang agar kemampuan inovasi dapat lebih baik. Memperhatikan faktor kontekstual pada UKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang guna mengefisienkan proses inovasi. Faktor kontekstual yang baik dapat membantu memudahkan UKM sektor jasa perjalanan didalam merencanakan strategi perusahaan sehingga memunculkan inovasi yang berkualitas. Sebagai contoh, UKM sektor jasa perjalanan harus mampu menciptakan hubungan yang baik di antara sesama karyawan agar perusahaan dapat dengan lebih efektif lagi dalam menjalankan pekerjaannya. Jika dilihat dari hasil kuisioner, pernyataan yang terendah yang mewakili indikator pada variabel faktor kontekstual adalah menjalin hubungan baik dengan pesaing. Dengan demikian, asda baiknya UKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang menjalani hubungan yang baik dengan pesaing bahkan dapat dijadikan sebagai mitra sehingga dapat bertukar gagasan ataupun ide.

Lingkungan bisnis pada UKM sektor jasa perjalanan dapat diperhatikan melalui tingkat persaingan yang kompetitif dalam industri dan kebijakan dari pemerintah. Ini dapat diantisipasi salah satunya dengan menciptakan inovasi didalam usahanya. Sebagai contoh yang mana perusahaan harus dapat menciptakan strategi baru secara berkelanjutan agar tampil berbeda dalam menghadapi tingkat persaingan yang kompetitif. Jika dilihat dari hasil survei melalui kuisioner pernyataan yang terendah yang mewakili indikator pada variabel lingkungan bisnis adalah faktor kebijakan dari lembaga pemerintahan. Sebaiknya UKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang lebih jeli lagi dalam melihat kebijakan – kebijakan yang dibuat pemerintah. Proses inovasi pada UMKM sektor jasa perjalanan dapat ditingkatkan melalui kesiapan dari UKM itu sendiri, baik itu kesiapan internal maupun eksternal. Sebagai contoh jika sebuah UKM memiliki sumber daya manusia dengan pengetahuan yang baik mengenai inovasi maka akan sangat membantu UKM tersebut dalam berinovasi. Jika dilihat dari hasil kuisioner, pernyataan yang terendah yang mewakili indikator pada variabel proses inovasi adalah melakukan pembaruan pada proses administrasi perusahaan. Dengan demikian, seharusnya UKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang sudah bisa menerapkan pembaruan pada proses administrasi, karena dengan ada pembaruan administrasi ditunjang dengan tertib administrasi maka ini dapat mengefisienkan pengeluaran organisasi.

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan perbandingan maupun referensi bagi peneliti dalam meneliti dan menganalisis pengaruh kapabilitas inovasi, faktor-Faktor kontekstual, dan lingkungan bisnis terhadap inovasi proses pada UKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi dan digunakan sebagai dasar dalam proses pengambilan kebijakan mengenai peningkatan

kualitas UKM serta membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi terutama UKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang. Sebagai contoh, diperlukan sosialisasi terhadap pemilik/pengelola UMKM sektor jasa perjalanan untuk lebih menekankan pentingnya kemampuan dalam berinovasi di dalam perusahaan. Oleh karena itu diharapkan kepada praktisi UKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang untuk memperhatikan implementasi kapabilitas inovasi, faktor-faktor kontekstual, dan lingkungan bisnis secara tepat sehingga dapat meningkatkan inovasi proses.

Penelitian ini tidak sempurna dan memiliki keterbatasan-keterbatasan yang mungkin akan memengaruhi hasil yang diinginkan. Penelitian ini hanya meneliti UKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang sehingga implikasi dari penelitian ini hanya relevan untuk konteks UKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang dan bukan untuk keperluan generalisasi pada UKM lain. Penelitian ini hanya mempertimbangkan pengaruh variabel kapabilitas inovasi, faktor-faktor kontekstual, dan lingkungan bisnis. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian, misalnya penelitian yang berada di luar wilayah Kota Padang. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk mengidentifikasi dan menambahkan variabel lainnya yang relevan dan terkait dengan inovasi proses seperti konstruk manajemen pengetahuan dan dukungan institutional. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah sampel dan memperluas keberagaman sampel sehingga benar-benar dapat mewakili populasi dalam penelitian ini agar hasil penelitian bisa lebih akurat. Penelitian selanjutnya juga bisa mengikuti faktor kontekstual yang paling dirasa relevan saat ini, seperti pandemi COVID-19, yang berpengaruh pada implementasi inovasi termasuk inovasi proses pada UKM.

DAFTAR RUJUKAN

- Blake, A., Sinclair, M. T., dan Campos-Soria, J. A. (2006). *Tourism productivity. Evidence from the United Kingdom*. Annals of Tourism Research, Vol. 33 No. 4: 1099–1120.
- Calantone, R.J., S.T. Cavusgil, dan Y. Zhao. (2002). *Learning Orientation, Firm innovation capability, and Firm Performance*, Industrial Marketing Management, Vol. 31: 515–524.
- Camisón, C. dan Monfort-Mir, V. M. (2012). *Measuring innovation in tourism from the Schumpeterian and the dynamic-capabilities perspectives*. Tourism Management, 33: 776–789
- Cooper, C. (2006). *Knowledge management and tourism*. Annals of Tourism Research, Vol. 33 No.1: 47–64.
- Damanpour, F. dan S Gopalakrishnan (2001). *The dynamics of the adoption of product and inovasi proses in organizations*. Journal of Management Studies, Vol. 38 No.1: 45–65.
- Edquist, C, L Hommen and M McKelvey (2001). *Innovation and Employment: Process versus Product Innovation*. Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- Ettlie, JE (2006). *Managing Innovation, New Technology, New Products, and New Service in a Global Economy*. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann.
- Games, D. dan Rendi, R. P. (2019). *The effects of knowledge management and risk taking on SME financial performance in creative industries in an emerging market: the mediating effect of innovation outcomes*. Journal of Global Entrepreneurship Research, Vol. 9 No. 44.
- Hjalager, A.-M. (2002). *Repairing innovation defectiveness in tourism*. Tourism Management, Vol. 23 No. 5: 465–474.
- Hjalager, A.-M. (2010). *A review of innovation research in tourism*. Tourism Management, Vol. 31 No.1: 1–12.
- Jansen, JJ, Van Den Bosch, FA & Volberda, HW 2006, 'Exploratory innovation, exploitative innovation, and performance: Effects of organizational antecedents and environmental moderators', Management Science, vol. 52, no. 11, pp. 1661-1674.
- Keizer, J. A., Dijkstra, L. dan Halman, J. I. (2002). *Explaining innovative efforts of SMEs. An exploratory survey among SMEs in the mechanical and electrical engineering sector in The Netherlands*. Technovation, Vol. 22 No. 1:1–13.
- Kusmayadi, D. (2008). *Pengaruh Lingkungan Bisnis Terhadap Kinerja Perusahaan: Sebuah Tinjauan Teoritis dan Empiris*. Jurnal Akuntansi, Vol. 3 No. 2:430–436).
- Krizaj, D., Brodnik, A., dan Bukovec, B. (2014). *A tool for measurement of innovation newness and adoption in tourism firms*. International Journal of Tourism Research, Vol. 16 No. 2: 113–125.
- Lawson, B. dan Samson, D. (2001). *Developing innovation capability in organisations: a dynamic capabilities approach*, International Journal of Innovation Management, Vol. 5 No. 3: 377–400.
- Martinez-Roman, Juan A. Tamayo, Javier Gamero, Jose E. Romero (2015). *Innovativeness and business performances in tourism SMEs*. Annals of Tourism Research, 54 118–135
- Rajapathirana, R. J. dan Hui, Y. (2018). *Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance*. Journal of Innovation & Knowledge, Vol. 3 No. 1: 44–55.
- Reichstein, T. dan Salter, A. (2006). *Investigating the sources of process innovation among UK manufacturing firms*, Industrial and Corporate Change, Vol. 15 No. 4: 653–682.
- Rogers, E.M. (2002), *Diffusion of preventive innovations*, Addictive Behaviors, Vol. 27 No. 6: 989–993.

- Rondé, P. dan Hussler, C. (2005). *Innovation in regions: What does really matter?* Research Policy, Vol. 34 No. 8: 1150–1172.
- Sethi, R. (2000). *New product quality and product development teams*. Journal of Marketing, Vol. 64 No. 2: 1-14.
- Shu, C., Wang, Q., Gao, S. dan Liu, C. (2015). *Firm patenting, innovations, and government institutional support as a double-edged sword*, Journal of Product Innovation Management, Vol. 32 No. 2: 290-305.
- Yadav, MS, Prabhu, J.C. dan Chandy, R.K. (2007), *Managing the future: CEO attention and innovation outcomes*, Journal of Marketing, Vol. 71 No. 4: 84-101.
- Zhang, M., Zhao, X., Voss, C. dan Zhu, G. (2016), *Innovating through services, co-creation and supplier integration: cases from China*, International Journal of Production Economics, Vol. 171 No. 2: 289-300.