

PENGARUH KOMPETENSI MANAJERIAL DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP TINGKAT ADOPTSI INOVASI DI SENTRA INDUSTRI BATIK GEBLEK RENTENG KECAMATAN LENDAH KABUPATEN KULON PROGO

Lutfi Iffanul Maula¹, Widayanto², Agung Budiarmo³

^{1,2}Departemen Administrasi Bisnis, FISIP Universitas Diponegoro

¹Email: lutfi.iffan@gmail.com

Abstract: Adoption of innovation is a process of the adopter going through the stages from knowing there is an innovation to implementing new ideas and confirming the decision to accept or reject innovation. Innovation is one of the key factors in the development of a business organization. In SMEs, innovation is needed so that businesses can remain competitive in the market and keep abreast of rapid information developments. This study aims to determine the effect of managerial competence and market orientation on the level of innovation adoption in the Geblek Renteng Batik Industrial Center, Lendah District, Kulon Progo Regency. The type of research used is explanatory research, using simple random sampling for data collection. Samples collected 55 respondents. This study uses analysis techniques of the coefficient of determination, simple regression, and multiple regression, using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 25. The results of the analysis show that partially or simultaneously managerial competency and market orientation have a positive effect on the rate of innovation adoption

Keywords : Innovation Adoption, SMEs, Managerial Competencies, Market Orientation

Abstraksi: Adopsi inovasi merupakan sebuah proses adopter menempuh tahapan-tahapan sejak mengetahui adanya inovasi sampai dengan implementasi ide-ide baru dan pemastian keputusan menerima atau menolak inovasi. Inovasi merupakan salah satu faktor kunci pengembangan organisasi bisnis. Dalam UMKM, inovasi diperlukan agar usaha dapat tetap bersaing di pasar dan mengikuti perkembangan informasi yang cepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kompetensi manajerial dan orientasi pasar terhadap tingkat adopsi inovasi di Sentra Industri Batik Geblek Renteng Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo. Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*, menggunakan simple random sampling untuk pengumpulan data. Sampel yang dikumpulkan 55 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis koefisien determinasi, regresi sederhana, dan regresi berganda, menggunakan program Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 25. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan kompetensi manajerial dan orientasi pasar berpengaruh positif terhadap tingkat adopsi inovasi.

Kata kunci : Adopsi Inovasi, UMKM, Kompetensi Manajerial ,Orientasi Pasar

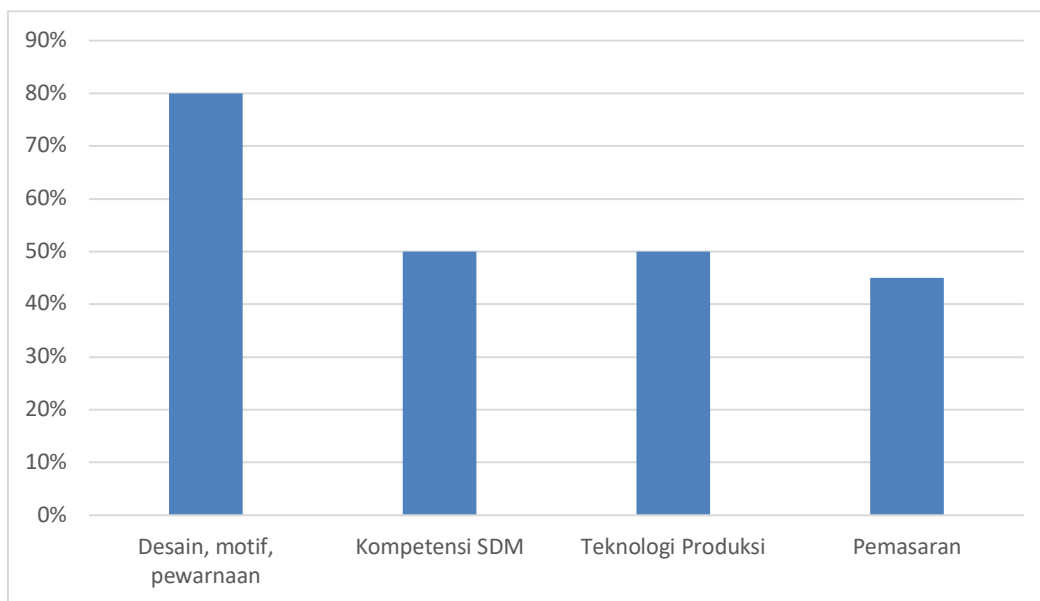
Pendahuluan

UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah salah satu bentuk usaha yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat. UMKM adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan masyarakat dalam mencukupi kebutuhannya yaitu kegiatan ekonomi dan perdagangan (Fajar, 2015). Propinsi DIY terdiri dari 5 kabupaten yaitu Sleman, Bantul, Kota Yogyakarta, Kulon Progo dan Gunungkidul, didominasi oleh UMKM pada sektor industri pengolahan. Kabupaten Kulon Progo merupakan kabupaten paling sukses dibanding kabupaten lainnya dalam mengelola UMKM.

Kabupaten Kulon Progo melalui program “Bela-Beli Kulon Progo” mendukung pertumbuhan UMKM secara masif dan melahirkan motif batik dengan nama Geblek Renteng yang inovatif dan menjadi motif khas Kulon Progo. Salah satu daerah penghasil batik motif Geblek Renteng adalah Kecamatan Lendah. Batik Geblek Renteng merupakan salah satu batik khas Kulon Progo yang terinspirasi dari makanan khas Kulon Progo yang bernama “Geblek”. Geblek sendiri merupakan makanan yang berbahan dasar singkong. Program Bela Beli Kulon Progo yang dicanangkan pengurus Kulon Progo pada awal tahun 2013 merupakan program unggulan pemilihan produk lokal

Kulon Progo. Produk lokal yang unggul menjadi bukti bahwa masyarakat Kulon Progo memiliki tenaga yang potensial, berkualitas dan berdaya saing. Pemerintah masih berupaya memasarkan produk tersebut agar roda perekonomian berputar lebih cepat. Dukungan pemertintah sangat penting dalam memajukan Batik Geblek ini karena merupakan warisan budaya leluhur dan menggerakkan UKM untuk memiliki kompetensi yang tinggi dalam memajukan kelangsungan warisan budaya ini. Program yang dilakukan tersebut sebagai bentuk nyata dari dukungan pemerintah dan harapannya terdapat peningkatan kinerja atas hasil inovasi dari pengrajin batik Geblek. Produk lokal akan semakin diminati apabila memiliki desain yang mengikuti perkembangan atau tren khususnya pecinta batik dan kaum muda yang memiliki perkembangan selera yang pesat. Sehingga kompetensi, orientasi pada tujuan pemasaran dan peningkatan inovasi berpengaruh pada kemajuan Batik Geblek,

Grafik 1 Jenis dan Persentase Inovasi di Sentra Industri Batik Geblek Reatnteng Kecamatan Lendah



Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kulon Progo 2021

Jenis dan persentase inovasi di sentra industri batik dari Grafik 1 menunjukkan bahwa kompetensi SDM memiliki pertumbuhan yang rendah sekitar 50% dibandingkan dengan desain, motif, pewarnaan, teknologi produksi, pemasaran. Kompetensi SDM dalam memenuhi desain atau pesanan dari konsumen kurang sebanding dengan demikian kompetensi SDM menjadi perhatian lebih karena SDM yang akan memenuhi pesanan dari pelanggan sehingga kompetensi perlu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kompetensi SDM salah satunya melibatkan daya kreativitas dan inovasi dari SDM itu sendiri maka jika tidak ada kompetensi maka pemenuhan desain, motif tetap akan bertahan dan tidak mengalami perubahan inovasi desain. Kompetensi SDM akan baik apabila dikelola dan diarahkan oleh kompetensi manajerial.

Inovasi telah berkembang di sentra industri batik geblek renteng, namun demikian belum semua pengrajin mengadopsi inovasi yang berkembang dalam masyarakat. Hal ini dikonfirmasi oleh pengurus asosiasi pengrajin batik sentra industri geblek renteng Kecamatan Lendah dalam wawancara pendahuluan yang menjelaskan bahwa belum semua pengrajin di sentra industri batik Geblek Renteng Kecamatan Lendah melakukan inovasi namun belum sepenuhnya karena beberapa keterbatasan yang dimiliki.

Adopsi inovasi merupakan proses unit adopsi mengetahui inovasi, menerapkan konsep baru, sampai pada akhirnya menerima atau menolak inovasi tersebut. Terdapat 2 determinan adopsi inovasi, yaitu faktor internal, dan faktor eksternal (Galende & De La Fuente, 2003). Faktor internal berasal

dari diri individu atau latar belakang sosialnya, sementara faktor eksternal berasal dari luar lingkungan individu yang bersangkutan, tetap mempengaruhi mereka baik secara langsung maupun tidak langsung.

Faktor internal yang memiliki pengaruh terhadap keputusan untuk melakukan inovasi menurut Dotun (2015) adalah tingkat Pendidikan manajer, pengalaman sebelum menjadi manajer, tingkat investasi pada penelitian dan pengembangan. Faktor internal lain yang ditemukan menjadi pendorong adopsi inovasi di UMKM adalah faktor organisasional, dan karakter pemilik usaha (Hanum & Sinarasri, 2019). Dalam kasus UMKM, artikel yang telah direview memberikan tekanan faktor internal penting dari adopsi inovasi adalah manajer atau pemilik usaha. Secara structural, pengelolaan UMKM cenderung berpusat pada pemilik dan manajer, keduanya bertanggung jawab atas pengambilan keputusan (ThuyUyen H. Nguyen, 2013).

Faktor eksternal atau faktor lingkungan yang mempengaruhi adopsi inovasi diantaranya adalah standar industri, peraturan hukum yang berlaku, kondisi pasar, ketersediaan pembiayaan, informasi tentang pesaing dan ketersediaan sumber daya Riansyah & Wahab (2016). Terkait dengan informasi tentang pesaing, orientasi pasar dari pesaing sangat berpengaruh terhadap tingkat adopsi inovasi. Orientasi pasar merupakan strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan untuk dapat meningkatkan kinerja pemasaran Wahyono (2002).

Melalui penelitian terdahulu, faktor internal yang paling berpengaruh terhadap tingkat adopsi inovasi adalah kompetensi manajerial, sementara faktor eksternal yang paling berpengaruh adalah orientasi pasar. Berdasarkan fenomena diatas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh "Pengaruh Kompetensi Manajerial dan Orientasi Pasar Terhadap Tingkat Adopsi Inovasi di Sentra Industri Batik Geblek Renteng Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo"**

Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk membuktikan rumusan masalah serta menjelaskan: (1) Pengaruh kompetensi manajerial terhadap tingkat adopsi inovasi, (2) Pengaruh orientasi pasar terhadap tingkat adopsi inovasi, dan (3) Pengaruh kompetensi manajerial dan orientasi pasar terhadap tingkat adopsi inovasi.

Kajian Teori

Perilaku Organisasi

Perilaku Organisasi mengkaji bagaimana individu, grup, dan kelompok mempengaruhi berbagai perilaku dalam organisasi lain (Judge, Stephen P. Robbins, 2013). Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku organisasi antara lain : sumber daya manusia (SDM), struktur, teknologi, lingkungan. Tujuan Perilaku organisasi adalah mengetahui faktor yang mempengaruhi orang dalam bekerja di organisasi, memudahkan orang untuk mencari talent terbaik untuk perusahaan, memperkuat budaya organisasi, membantu kepemimpinan dan pemecahan masalah, membantu perusahaan dalam mengenal karyawan, mengembangkan tim yang baik. Grenberg dan Baron berpendapat bahwa organisasi adalah suatu sistem sosial terstruktur yang terdiri dari kelompok-kelompok dan individu-individu yang bekerja sama untuk mencapai tujuan yang disepakati bersama. Menurut Gibson, Ivancevich, Donnelly (2000), organisasi adalah suatu bentuk kegiatan yang memungkinkan masyarakat mencapai hal-hal yang tidak dapat dicapai oleh individu dengan bertindak sendiri. Seperti halnya organisasi mana pun, pendapatnya berbeda-beda. Ada banyak pakar berbeda di bidang perilaku organisasi. Perilaku organisasi mungkin merupakan mata pelajaran yang mengkaji pengaruh berbagai individu, kelompok, dan rangkaian (struktur) terhadap perilaku organisasi dengan tujuan menerapkan pengetahuan yang diperoleh untuk meningkatkan organisasi. efektivitas manajemen organisasi (Robbins, Judge, 2011).

Inovasi

Menurut Wessner (2013) inovasi merupakan transformasi ide menjadi produk baru, jasa, atau perkembangan dalam organisasi atau proses organisasi. Adopsi Inovasi. Tarumingkeng, Rudy,

C, Suwondo, (2017) adalah proses dimana orang atau unit adopsi yang disebut adopter mengalami berbagai langkah, mulai dari mengetahui inovasi pertama kali dikenalkan hingga menjamin bahwa mereka akan menerima atau menolak inovasi. Tiga jenis pengetahuan dalam proses penerapan inovasi: pengetahuan tentang bagaimana inovasi akan diterapkan (pengetahuan tentang kesadaran), pengetahuan tentang bagaimana inovasi akan digunakan (pengetahuan tentang bagaimana menerapkan inovasi), dan pengetahuan tentang prinsip-prinsip yang akan digunakan. menjelaskan bagaimana dan mengapa suatu inovasi dapat diterapkan (pengetahuan tentang prinsip) (Rogers, 2013).

Kompetensi Manajerial

Pengetahuan, sikap, keahlian, dan karakteristik yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja manajemen disebut kompetensi manajerial (Konigova et al., 2012). Kompetensi membantu manajerial untuk pengembangan karyawan dan kualitas kerja yang mendukung visi, misi, dan tujuan strategis. Spencer & Spencer menyebutkan bahwa (1993) kompetensi manajerial merupakan bagian khusus dari dampak dan pengaruh, mengekspresikan maksud untuk memiliki pengaruh spesifik tertentu. Maksud spesifik tersebut (untuk mengembangkan orang lain, memimpin orang lain, memperbaiki kerja tim dan kerjasama) merupakan hal yang penting khususnya bagi manajer. Kompetensi manajerial merupakan turunan dari nilai inti dan kompetensi suatu organisasi (Abrahamet al., 2001). Hal ini menunjukkan adanya keselarasan, yang digunakan dengan ekspresi untuk menggambarkan bagaimana kompetensi berhubungan dengan posisi organisasi di masa depan (tujuan strategis) dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mencapainya (keterampilan individu) (Hijazeh, 2011).

Orientasi Pasar

Orientasi pasar didefinisikan sebagai proses membangkitkan dan menyebarkan kecerdasan pasar untuk tujuan menghasilkan jumlah pembeli yang tinggi (Drumond, G., Ensor J., & Ashford, 2009). Kohli & Jaworski (1990) terdapat 3 (tiga) anteseden orientasi pasar adalah individual, intergroup dan organization-wide factors. Faktor individu yang disebutkan oleh Kohli & Jaworski artinya sebagai factor senior management, intergroup factor yang dinamakan sebagai *interdepartemental dynamics* dan *organization-wide factor* yang dinamakan sebagai organizational system. Orientasi pasar juga dapat diartikan sebagai perilaku suatu organisasi mengidentifikasi kebutuhan konsumen, perilaku pesaing, menyebarkan informasi pasar seluruh organisasi dan merespons dengan baik (Silviasih et al., 2016). Orientasi pasar mengharuskan UKM memantau kebutuhan konsumen yang berubah dengan cepat, menentukan dampak perubahan tersebut terhadap kepuasan pelanggan, meningkatkan kecepatan inovasi produk, dan menerapkan strategi yang menciptakan keunggulan kompetitif bagi UKM (Barnabas, 2010).

Hipotesis

Hipotesis diperlukan guna mengarahkan kajian agar bisa menjawab dugaan sementara dari rumusan masalah. Adapun hipotesis penelitian ini yaitu:

- H1: Diduga adanya pengaruh kompetensi manajerial pengrajin terhadap tingkat adopsi inovasi di sentra industri batik geblek renteng Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo
- H2: Diduga adanya pengaruh orientasi pasar terhadap tingkat adopsi inovasi di sentra industri batik Geblek Renteng Kecamatan Lendah Kabupten Kulon Progo
- H3: Diduga adanya pengaruh kompetensi manajerial pengrajin dan orientasi pasar terhadap tingkat adopsi inovasi di sentra industri batik Geblek Renteng Kecamatan Lendah Kabupten Kulon Progo

Metodologi Penelitian

Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research* dikarenakan ingin mengetahui hubungan antar variabel kompetensi manajerial (X_1), orientasi pasar (X_2), dan tingkat adopsi inovasi.

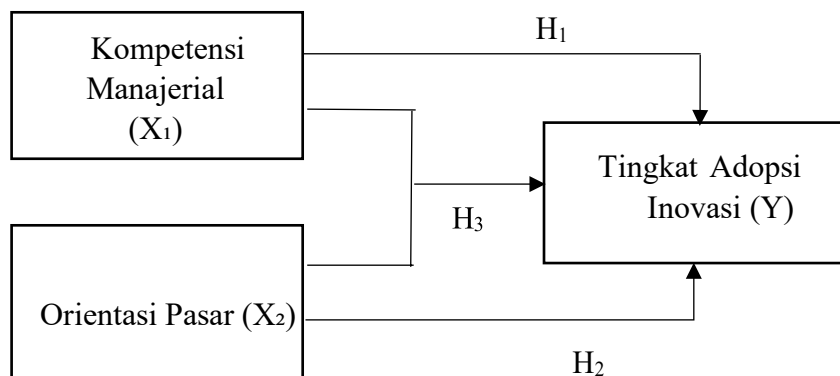
Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah 64 pengrajin batik Geblek Renteng di Sentra Industri Batik Geblek Renteng Kecamatan Lendah.

Sampel

Berdasarkan rumus Slovin maka diperoleh sampel penelitian ini. Adapun sampel dari penelitian ini adalah 55 pengrajin batik geblek renteng di Sentra Industri Batik Geblek Renteng Kecamatan Lendah.

Gambar 1 Model Hipotesis



Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Artinya seluruh populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel

Hasil

Melalui proses pengambilan data dengan kuesioner maka hasil dari pengumpulan data tersebut kemudian diolah menggunakan Software SPSS versi 25 dengan hasil penelitian yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Hipotesis

No	Uji Hipotesis	Hasil	Keterangan		
		t/F Hitung	Signifikansi	Determinasi	Hipotesis
1	Kompetensi Manajerial (X ₁) terhadap Tingkat Adopsi Inovasi	5,322	0,000	34,8%	Ha Diterima
2	Orientasi Pasar (X ₂) terhadap Tingkat Adopsi Inovasi	3,614	0,000	19,8%	Ha Diterima
3	Kompetensi Manajerial (X ₁) dan Orientasi Pasar (X ₂) terhadap Tingkat Adopsi Inovasi	18,827	0,000	42%	Ha Diterima

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan SPSS pada taenl 1 diperoleh hasil penelitian ini bahwa Hipotesis 1 yang menyatakan ada pengaruh antara kompetensi manajerial terhadap tingkat adopsi inovasi berdasarkan uji hipotesis hasilnya adalah H_a diterima dimana signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya kompetensi manajerial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap tingkat adopsi inovasi. Semakin tinggi kompetensi manajerial maka semakin tinggi tingkat adopsi inovasi. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh terhadap tingkat adopsi inovasi berdasarkan uji hipotesis diperoleh hasil adalah H_a diterima dimana signifikansinya $0,000 < 0,05$ artinya orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat adopsi inovasi. Semakin tinggi orientasi pasar maka semakin tinggi tingkat adopsi inovasi. Kemudian Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kompetensi manajerial dan orientasi pasar terhadap tingkat adopsi inovasi secara simultan berdasarkan uji hipotesis diperoleh hasil bahwa H_a diterima dimana signifikansinya adalah $0,000 < 0,005$ artinya kompetensi manajerial dan orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat adopsi inovasi.

Pembahasan

Setelah mengetahui hasil dari penelitian ini yang dibantu pengolahan data menggunakan SPSS versi 26, maka akan dipaparkan pembahasan mengenai hasil dari analisisnya yaitu: Kompetensi manajerial berpengaruh terhadap tingkat adopsi inovasi pengrajin sentra industri batik Geblek Renteng Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo. Kompetensi manajerial adalah keahlian yang dimiliki manajer dari pengalaman maupun kemampuan untuk mengembangkan orang lain, memimpin. Hasil dari data yang diperoleh dari 55 responden, sebanyak 63 persen dinilai baik, sedangkan 19 persen dinilai sangat baik. Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan kembali dan diperbaiki seperti kesadaran atas pentingnya membagi pekerjaan pada karyawan dan memberi penghargaan pada karyawan.

Orientasi pasar merupakan proses membangkitkan dan menyebarkan kecerdasan pasar untuk tujuan menghasilkan jumlah pembeli yang tinggi orang lain, memperbaiki tim dan kerja sama. Hasil dari data yang diperoleh dari 55 responden, sebanyak 60 persen dinilai baik, sedangkan 38 sangat baik, dan 2 persen netral. Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan kembali dan diperbaiki seperti menanggapi perkembangan usaha lain sebagai acuan untuk melakukan perbaikan.

Hasil uji hipotesis pengaruh kompetensi manajerial (X_1) terhadap tingkat adopsi inovasi (Y) memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 0,348 yang berarti kontribusi yang diberikan variabel kompetensi manajerial terhadap tingkat adopsi inovasi sebesar 34,8%, sedangkan 65,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Selanjutnya dalam uji t ditemukan bahwa H_0 ditolak dibuktikan dengan tingkat signifikansi yang dihasilkan dan didukung nilai t hitung $> t$ tabel yaitu sebesar 5,322 yang berarti adanya pengaruh antara variabel kompetensi manajerial terhadap tingkat adopsi inovasi. Terakhir, berdasarkan nilai koefisien regresi yang positif membuktikan bahwa arah dari kedua variabel tersebut berarah positif, yang memiliki arti semakin baik kompetensi manajerial maka akan semakin tinggi pula tingkat adopsi inovasi. Perihal ini diperkuat dengan teori dari Clark, Nigel, Kent, Ben, Furner, Adrian, Beddow (2017) yang menyatakan bahwa pemimpin atau manajer berperan penting dalam meningkatkan tingkat adopsi inovasi. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Rihsyah dan Wahab (2016) yang menyatakan bahwa kompetensi manajerial berpengaruh terhadap tingkat adopsi inovasi. Kompetensi manajerial perlu dimiliki oleh pengelola atau manajer karena pengelola atau manajer melakukan pengawasan, memberikan motivasi, pengembangan terhadap SDM yang bekerja pada perusahaan. Apabila kompetensi ini dimiliki manajer maka SDM akan berpotensi untuk menghasilkan ide dan kreativitas inovasi yang baik. Oleh karena itu, diperlukan kriteria kompetensi SDM yang tersertifikasi. Calon pekerja harus dipilih oleh para pelaku UMKM secara cermat untuk memastikan bahwa mereka memiliki keterampilan dan kemampuan yang diperlukan untuk mendukung operasional UMKM yang dikelolanya. Untuk meningkatkan kinerja UMKM, aparat desa kerap memberikan masukan kepada pelaku UMKM mengenai pelatihan dan penyuluhan.

Hasil uji hipotesis pengaruh orientasi pasar (X_2) terhadap tingkat adopsi inovasi (Y) yang memiliki hasil koefisien determinasi sebesar 0.198 yang berarti kontribusi yang diberikan variabel orientasi pasar terhadap tingkat adopsi inovasi sebesar 19,8%, sedangkan 80,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Selanjutnya dalam uji t ditemukan bahwa H_0 ditolak dibuktikan dengan tingkat signifikansi yang dihasilkan dan didukung nilai t hitung $>$ t tabel yaitu sebesar 3,614 yang berarti adanya pengaruh variabel orientasi pasar terhadap tingkat adopsi inovasi. Terakhir, berdasarkan nilai koefisien regresi yang positif membuktikan bahwa arah dari kedua variabel tersebut berarah positif, yang memiliki arti semakin orientasi pasar maka akan semakin tinggi pula tingkat adopsi inovasi. Semakin UKM batik ini berorientasi pasar yang tinggi maka semakin tinggi tingkat adopsi inovasinya karena orientasi pasar merupakan proses membangkitkan dan menyebarkan kecerdasan pasar untuk tujuan menghasilkan jumlah pembeli yang tinggi (Drumond, G., Ensor J., & Ashford, 2009). Jika jumlah pembeli tinggi maka akan menghasilkan tingkat adopsi inovasi yang tinggi karena adopsi Inovasi menurut Tarumingkeng, Rudy, C, Suwondo, (2017) adalah proses dimana orang atau unit adopsi yang disebut adopter mengalami berbagai langkah, mulai dari mengetahui inovasi pertama kali dikenalkan hingga menjamin bahwa mereka akan menerima atau menolak inovasi. Menganalisis kualitas atau kemahiran SDM sangat penting untuk keberhasilan bisnis atau organisasi. SDM perlu dikembangkan inovasinya dimana makna dari perkembangan ini dikaji sebagai upaya pelaku usaha batik untuk mengimbangi daya tahan organisasi, mengingat produk-produk yang ada tidak berdaya menghadapi perubahan kebutuhan dan selera pembeli, inovasi, siklus hidup produk yang semakin terbatas, serta meningkatnya persaingan yang ada. Kunci pengembangannya adalah daya cipta SDM yang menggerakkan industri tersebut. Menurunnya kemajuan item dipengaruhi oleh berkurangnya kekuatan imajinasi modern dalam menyelesaikan kemajuan.

Perihal ini diperkuat dengan pendapat dari Lukas & Ferrell (2000) yang menyatakan bahwa orientasi pasar akan meningkatkan tingkat inovasi suatu perusahaan. Hasil uji hipotesis pengaruh kompetensi manajerial (X_1) dan orientasi pasar (X_2) terhadap tingkat adopsi inovasi (Y) yang memiliki nilai koefisien determinasi 0,420 yang berarti kontribusi yang diberikan variabel kompetensi manajerial dan orientasi pasar terhadap variabel tingkat adopsi inovasi sebesar 42% sedangkan 58% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Selanjutnya dalam uji F ditemukan hasil bahwa F hitung $>$ F tabel yaitu sebesar 18,827 yang memiliki arti hipotesis terkait adanya pengaruh positif antara kompetensi manajerial dan orientasi pasar terhadap tingkat adopsi inovasi diterima. Hal ini dapat didukung oleh teori William (2010) menyatakan bahwa peran kepemimpinan manajer merupakan kontributor untuk mendorong individu memiliki motivasi untuk berinovasi. Narayanan (2001) menuliskan bahwa orientasi strategi perusahaan dapat mempengaruhi inovasi yang dilakukan perusahaan

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan :

1. Kompetensi manajerial (X_1) pengrajin batik Geblek Renteng Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo berpengaruh positif terhadap tingkat adopsi inovasi di sentra industri batik Geblek Renteng di Kecamatan Lendah Kulon Progo.
2. Orientasi pasar (X_2) pengrajin batik Geblek Reteng Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo berpengaruh positif terhadap tingkat adopsi inovasi di sentra industri batik Geblek Renteng di Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo.
3. Kompetensi manajerial pengrajin dan orientasi pasar berpengaruh positif terhadap tingkat adopsi inovasi di sentra industri batik Geblek Renteng di Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo.

Saran

1. Memperbaiki pembagian kerja agar sesuai dengan pengelolaan beban pekerjaan karyawan

2. Meningkatkan kesadaran pengrajin atas pentingnya memberi penghargaan kepada karyawan yang dinilai memiliki kinerja yang baik.
3. Meningkatkan kesadaran pengrajin batik terkait pentingnya membandingkan strategi bisnis yang digunakan dengan pesaing. Membandingkan strategi bisnis seperti strategi produksi, pemasaran, dan pelayanan terhadap pelanggan dengan UMKM yang responsif dan adaptif perlu dilakukan oleh pengrajin untuk dapat meningkatkan persaingan pasar dan agar pengrajin memiliki tolak ukur strategi bisnis yang baik. Strategi bisnis yang baik dan sekiranya dapat diaplikasikan ke usaha sendiri dapat dicontoh dan diaplikasikan oleh pengrajin untuk mengembangkan usaha batik yang dimiliki.

Daftar Referensi

- Clark, Nigel, Kent, Ben, Furner, Adrian, Beddow, A. (2017). *Professional Services Leadership Handbook: How to Lead a Professional Services Firm in a New Age of Competitive Disruption* (1st ed.). Kogan Page.
- Drumond, G., Ensor J., & Ashford, R. (2009). *Strategic Marketing: Planning and Control* (1st ed.). Elsevier.
- Fajar, M. (2015). UMKM dan Globalisasi Ekonomi. *LP3M UMY Yogyakarta*, 95.
- Galende, J., & De La Fuente, J. M. (2003). Internal factors determining a firm's innovative behaviour. *Research Policy*, 32(5), 715–736. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(02\)00082-3](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(02)00082-3)
- Hanum, A. N., & Sinarasri, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Umkm (Studi Kasus Umkm Di Wilayah Kota Semarang). *Maksimum*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.26714/mki.7.1.2017.1-15>
- Judge, Stephen P. Robbins, T. A. (2013). *Organizational behavior*. Pearson Education.
- Konigova, M., Urbancova, H., & Fejfar, J. (2012). Identification of Managerial Competencies in Knowledge-based Organizations. *Journal of Competitiveness*, 4(1), 129–142. <https://doi.org/10.7441/joc.2012.01.10>
- Lukas, B. A., & Ferrell, O. C. (2000). The effect of market orientation on product innovation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 239–247. <https://doi.org/10.1177/0092070300282005>
- Narayanan, V. K. (2001). *Managing Technology and Innovation for Competitive Advantage* (1st ed.). Prentice Hall.
- Olaleye Dotun, F. (2015). The Key Determinants of Innovation in Small and Medium Scale Enterprises in Southwestern Nigeria. *European Scientific Journal*, 11(13), 1857–7881. <http://ejournal.org/index.php/esj/article/viewFile/5664/5490>
- Riansyah, R., & Wahab, D. A. (2016). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kreativitas dan Inovasi serta Implikasinya Terhadap Kinerja Karyawan Pada Konsultan Perencanaan dan Pengawasan Arsitektur di Kota Serang, Provinsi Banten. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(1), 1–17.
- Tarumingkeng, Rudy, C, Suwondo, C. (2017). *Kreativitas dan inovasi kunci kesuksesan* (1st ed.). Moeki Publishing.
- ThuyUyen H. Nguyen, T. W. (2013). The adoption of customer relationship management (CRM) technology in SMEs: an empirical study Title. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(4), 824–848. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2012-0013>
- Wahyono. (2002). Orientasi Pasar Dan Inovasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran. In *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* (Vol. 1, Issue 1, pp. 23–40).

- Wessner, C. W. (2013). Best Practices in State and Regional Innovation Initiatives. In *Best Practices in State and Regional Innovation Initiatives*. <https://doi.org/10.17226/18364>
- William, D. (2010). *Budaya Perusahaan Sebagai Sumber Motivasi Berinovasi, dalam Febransyah (editor); Prasetya Mulia on innovation Kekayaan Perspektif untuk Mendisain Hari Esok yang Lebih Baik* (Febryansah (ed.)). Prasetya Mulia Publishing.