BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambar Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Suhuf Kertaseni Nusantara merupakan suatu unit usaha yang bergerak dalam pembuatan kertas seni, kertas daur ulang dan kerajinan tangan dengan bahan utama berupa kertas seni dan bahan alami. Pendirian Suhuf Kertaseni mempunyai potensi yang cukup besar, usaha kertas dari daur ulang limbah kertas dan bahan-bahan alam merupakan sektor usaha yang padat karya dan berwawasan lingkungan, Pemanfaatan limbah kertas dan sampah yang diperoleh dari para pemulung yang kemudian diolah menjadi produk seni yang bermanfaat dan memiliki nilai estetika.

Kegiatan mendaur ulang pun sebetulnya sudah lama dilakukan masyarakat di Indonesia. Kita masih ingat dengan pelajaran prakarya di sekolah-sekolah, yaitu membuat topeng dari kertas bekas serta membuat boneka dan peta timbul dari kertas bekas yang dihancurkan lalu dicampurkan dengan lem kanji. Selain itu, tempat telur, tempat buah dan sebagainya masih banyak lagi yang bisa dibuat dari kertas daur ulang. Daur ulang kertas limbah menjadi kertas seni sudah dilakukan di FSRD-ITB (Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Teknologi Bandung) sejak tahun 1980-an oleh pakar-pakar seni. Mulai dari Prof. Mochtar Apin (Alm.), Prof. A.D. Pirous, sampai Drs. Setiawan Sabana, M.FA., telah berhasil memperkenalkan karya kertasnya kepada masyarakat luas dalam pameran tunggal

mereka di Galeri Hidayat, Bandung (1994). Melalui penelitian demi penelitian di FSRD-ITB dan workshop kecil, Anthony Degan dari Inggris di Studio Seni Grafis (1998) telah memberikan alternatif baru bagi dunia kreativitas seni rupa dari kertas.

Walaupun perkembangannya terlambat, kertas seni hasil daur ulang sudah menjadi industri kerajinan seni. Hal ini telah dipelopori oleh Suhuf Art Paper (1995) yang kini lebih dikenal Suhuf Kertaseni Nusantara yang sumbernya juga dari seni rupa ITB. Sejak itu pula mulai bermunculan LSM yang mengkampanyekan tentang daur ulang kertas sebagai isu lingkungan.

Tahun 1997 kertas seni daur ulang mulai popular dan diminati di Indonesia. Tak heran kalau mulai banyak orang yang tertarik untuk membuat kertas daur ulang di Bandung, Jakarta, Tangerang, Solo, Semarang, Yogyakarta, Kalimantan hingga ke pulau dewata. Sampai sekarang produk kertas seni daur ulang berikut aplikasinya yang disodorkan kepada masyarakat sudah menjamur tanpa tahu awal perkembangannya. Ini memungkinkan terjadi karena kertas seni daur ulang ini merupakan usaha alternatif dan gampang dikerjakan setiap orang asalkan ada kemauan.

Dewasa ini, perkembangan daur ulang kertas secara manual di Indonesia sangat pesat. Terbukti tidak sulit menjumpai hasil produk daur ulang kertas di berbagai kota besar seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surakarta, Semarang, Surabaya, Denpasar dan kota-kota lainnya. Kertas daur ulang identik dengan sebut kertas seni. Sebaliknya, kertas seni juga dikenal dengan kertas daur ulang.

Pada dasarnya kertas seni sama dengan kertas-kertas yang biasa kita gunakan sehari-hari, baik cara pembuatannya maupun fungsinya. Orang memanfaatkan kertas seni dilihat dari corak, warna, tekstur, fungsi, kualitas dan sebagainya. Tidak peduli kertas tersebut hasil daur ulang atau tidak. Yang terpenting dalan kertas seni adalah keunikannya. Kertas seni ini bisa dibuat sesuai selera dan pengalaman estetis (kreativitas) pembuatnya. Ini dimungkinkan karena kertas seni ini dibuat secara manual (buatan Tangan). Nilai estetik pada kertas daur ulang ini terbentuk karena bentuk, tekstur, warna, desain motif kertas sebagai daya tarik.

Pendirian Unit Bisnis Kertas Daur Ulang didorong oleh kenyataan bahwa minat masyarakat terhadap pengguna kriya kertas seni buatan tangga dari daur ulang limbah kertas dan bahan-bahan alami (sering disebut dengan art paper dan hand-made paper) yang semakin meningkat, terutama untuk digunakan sebagai bahan produk kriya cindramata. Umumnya produk yang dihasilkan adalah berupa kertas buatan tangan, alat tulis, bingkai foto, kartu ucapan, kartu undangan, buku catatan, kotak dan bahan-bahan dasar untuk untuk hiasan lainnya yang terbuat dari serat alami.

4.1.2. Struktur Organisasi

Susunan Organisasi Suhuf Kertaseni Nusantara :

1. Komisaris Suhuf Kertaseni Nusantara

2. Direktur Suhuf Kertaseni Nusantara

3. Divisi Kertas, terdiri dari :

    1) Manajer Operasional Kertas

    2) Staff Administrasi dan Keuangan

    3) Staff Gudang dan Jasa

    4) Bagian Produksi Kertas Bandung

    5) Bagian Produksi Kertas Ampel

    6) Bagian Raw Material

4. Divisi Souvenir, terdiri dari :

    1) Manajer Operasional Souvenir

    2) Staff Administrasi dan Keuangan

    3) Staff Gudang dan Jasa

    4) Koordinator Souvenir, yang membawahi :

        a. Bagian Perakitan

        b. Bagian Artistik

5) Koordinator Buku

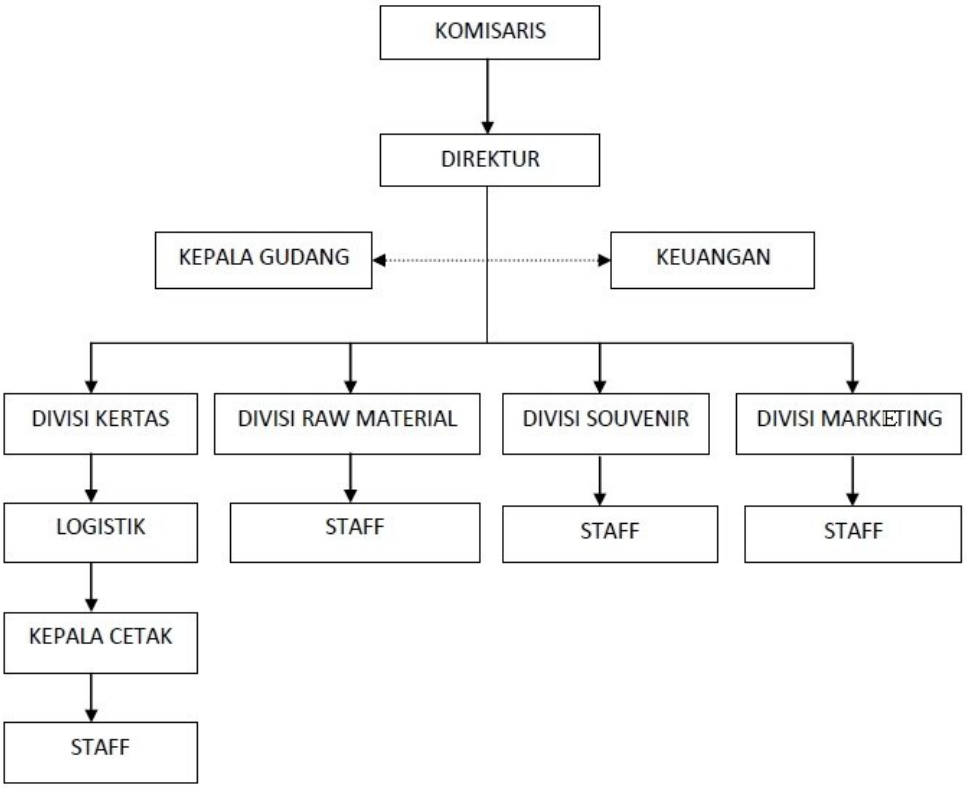
6) Manajer Pemasaran, yang membawahi :

    a. Bagian Pemasaran / Sales

b. Desainer

Agar lebih jelas, struktur organisasi Suhuf Kertaseni Bandung dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

STURKTUR ORGANISASI SUHUF KERTASENI NUSANTARA BANDUNG



Sumber : Suhuf Kertas Seni Nusantara Bandung

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Suhuf Kertaseni Nusantara Bandung

4.1.3. Aspek Kegiatan Perusahaan

Kategori produk yang dihasilkan Suhuf Kertaseni Nusantara diantaranya kertas buatan tangan, alat tulis, bingkai foto, kartu, buku catatan, kotak, dan bahan-bahan dasar. Pada dasarnya kertas buatan tangan sama seperti kertas biasa, perbedaannya adalah pada keunikannya yang mempunyai nilai lebih, terutama elemen-elemen alaminya seperti corak, tekstur, warna alami, dan kekuatanya. Produk yang dihasilkan selain produk dari kerajinan dengan menggunakan kertas daur ulang ada pula produk lain berupa bunga kering, serbuk gergaji, pelepah, tali, biji-bijian kering dalam berbagai warna dan ukuran.

Untuk kapasitas produksi pada bagian divisi kertas target yang harus terpenuhi sekitar 40.000 lembar ukuran A4. Tetapi jumlah tersebut bisa mencapai 30.000 lembar ukuran A4 tergantung dari banyaknya jumlah pesanan yang diterima dari konsumen. Untuk jenis yang telah dibuat hingga saat ini mencapai 500 jenis kertas mulai dari bahan dasar dari alam sampai dengan bahan yang telah dicampur dengan kertas bekas.

Sama halnya dengan divisi kertas, di divisi souvenir pengerjaannya cenderung lebih banyak membuat pesanan yang diterima, mulai dari pembuatan berbagai jenis pigura, kotak, buku-buku, sampai pembuatan kartu undangan.

4.1.4. Produk Yang Dihasilkan

Suhuf Kertaseni Nusantara terbagi menjadi dua divisi, divisi pertama membuat bahan dasar yaitu pembuatan kertas daur ulang, pelepah, bunga kering, serbuk, tali dan lain-lain. Sedangkan divisi yang kedua membuat produk kriya dengan menggunakan bahan dasar hasil dari divisi pertama.

Suhuf Kertaseni Nusantara telah 10 tahun berdiri dan mengalami kemajuan yang pesat, kondisi tersebut menyebabkan lonjakan nilai penjualan kertas maupun cenderamata yang meningkat. Luas dari pemasaran produk Suhuf Kertaseni Nusantara di kota-kota besar dengan memanfaatkan toko-toko buku besar (Gramedia, Gunung Agung) sebagai tempat untuk menawarkan produk, Seperti : Bandung, Jakarta, Yogyakarta, Semarang, Surabaya, Medan, Denpasar, Jayapura dan kota-kota besar daerah Kalimantan.

4.1.5. Proses Produksi Kertas Daur Ulang

Suhuf Kertaseni Nusantara memproduksi banyak jenis kertas daur ulang, tetapi pada kesempatan sekarang ini saya selaku penulis akan menerangkan tentang yang murni dari gebog/pelepah pisang dan campuran dari kertas bekas di tambah gebog/pelepah pisang. Kertas bekas dan pelepah pisangnya di dapat dari pemasok yang sudah lama melakukan kerjasama, mereka memasok untuk kertas bekas dalam keadaan sudah berukuran kecil–kecil dan hanya menggaunakan kertas putih (HVS), untuk pelepah pisang dalam keadaan kering dengan ukuran panjang ± 50 cm.

Berikut ini perbandingan takaran pada proses produksi :

Untuk rendaman awal:

1 kg kertas bekas : 4 lt air panas : 0,1 kg costik » direndam ± 12 jam

1 kg pelepah pisang : 4 lt air panas : 0,15 kg costik » direndam ± 12 jam

Berikut adalah tahap-tahap proses produksi :

1. Siapkan bahan-bahan utama yaitu berbagai jenis bahan dasar dari kertas daur ulang seperti serat tali *eagle*, kertas bekas putih, pelepah pisang, eceng gondok, merang. Semua bahan yang akan digunakan dalam keadaan kering.
2. Pelepah pisang di potong – potong ukuran ± 3 – 5 cm (sebesar ukuran bungkus korek api). Bahan tersebut siap untuk melalui proses selanjutnya.
3. Rendam selama ± 12 jam. Untuk pelepah pisang seberat 5 kg dibutuhkan 20 lt air panas dan 0,75 kg costik sebagai campuran rendaman.
4. Proses pencucian bahan yang telam mengalami perendaman, proses pencucian itu untuk menghilangkan bahan kimia yang digunakan pada proses perendaman.
5. Setelah bersih, pelepah tersebut dihaluskan dengan air menggunakan mesin penghancur (*blender*) hingga terurai serat – seratnya. Setelah cukup halus, kemudian di saring untuk mengurangi kandungan airnya. Setelah dilakukan pengulangan berkali-kali, penyaringan dilakukan ketika bahan baku yang lainnya sedang dihaluskan. Setelah semua bahan di saring, bahan ada yang mengalami tahap pemutihan dan ada yang langsung ditambahkan pewarna sesuai dengan kebutuhan dan air panas sebagai pencampur. Pencampuran dilakukan dengan tangan yang dilengkapi pelindung tangan.
6. Untuk menghasilkan warna yang baik dan sesuai diperlukan air panas sebanyak 10 lt dan pewarna kertas 1 bungkus pewarna, di campur dengan bahan yang telah dihaluskan sekitar $^{3}/_{4}$ bak (± 30 lt). Pencampuran warna

tersebut dilakukan secara manual selama ± 10 menit oleh pekerja dengan menggunakan sarung tangan karet sebagai pelindung.

7. Setelah proses pewarnaan selesai maka bahan di masukan kedalam sebuah bak yang berukuran besar yang telah di isi air, untuk proses pencetakan menggunakan alat yang di sebut screen (ukuran screen A_2, A_3, A_4) dan pada bagian atas screen menggunakan bingkai sebagai cetakannya.
8. Untuk proses pencetakan ini dilakukan dengan cara manual, maka ketebalan kertas yang dihasilkan tidak akan sama beratnya, karena pada proses ini lebih mengutamakan perasaan orang yang mencetak dalam memasukan screen yang dilapisi bingkainya kedalam bak, apabila semakin dalam memasukkan screen bersama bingkainya semakin tebal kertas yang dihasilkan dan sebaliknya (bahan yang dimasukkan kedalam bak sama banyaknya).
9. Hasil saringan dengan menggunakan cetakan lalu ditempelkan pada tripleks/plat besi yang telah dilapisi dengan kain. Dalam proses ini untuk mengurangi kadar air yang ada pada screen maka di tekan – tekan menggunakan rakel (di *gesut*) hingga kadar air berkurang.
10. setelah kertas basah diletakan di triplek yang dilapisi kain, maka di jemur sampai kering ± 6 jam dan tidak boleh terlalu lama karena warna akan berubah tidak sesuai dengan keinginan.
11. setelah kering kertas dilepaskan dari tripleks/plat besi dengan menggunakan alatnya, proses pelepasan kertas ini dilakukan harus secara hati-hati.

12. kertas yang di tumpuk sesuia dengan warna, ukuran, jenis kertas, dan nama kertas. Jenis kertas yang ada sekitar ± 500 jenis.

4.2 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian berikut ini pengklasifikasian responden atau karakteristik responden yang mencangkup jenis kelamin responden, usia responden dan pekerjaan responden maka diperoleh data sebagai berikut:

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan kepada 88 UKM Kertas Daur Ulang di Bandung, penulis memperoleh karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin dan usia.

4.2.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambaran responden berdasarkan Jenis Kelamin dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	frekuensi	%
Pria	47	53,4%
Wanita	41	46,6%
Jumlah	**88**	**100,0%**

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa sebagian besar dari responden pria sebanyak 47 orang (53,4%) sedangkan sisanya adalah wanita sebanyak 41 orang (46,6%). Dari analisis yang dilakukan selama penelitian dengan menyebarkan kuesioner pada 88 responden menunjukan bahwa yang

menjadi responden dalam penelitian ini adalah mayoritas pria. Hal ini dikarenakan mereka menganggap pembuatan produk dari daur ulang kertas terbilang mudah asalkan pembuatnya punya jiwa seni.

4.2.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Gambaran responden berdasarkan usia dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	**frekuensi**	**%**
21-30 Tahun	35	39,7%
31-40 Tahun	48	54,6%
41-50 Tahun	5	5,7%
Di atas 50 Tahun	0	00,0%
Jumlah	**88**	**100,0%**

Dari data di atas diketahui bahwa mayoritas responden adalah berusia 31-40 tahun sebanyak 48 orang (64,0%). Hal ini dikarenakan perkembangan usaha daur ulang kertas sudah berkembang sejak tahun 1990-an. Sejak saat itu banyak pengusaha-pengusaha yang mulai tertarik dengan usaha ini. Produk ini mulai dikenal masyakarat dan sempat *booming* karena keunikannya.

4.2.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Gambaran responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Usia	**frekuensi**	**%**
SD	0	00,0%
SMP	0	00,0%
SMA/SMK	22	25,0%
D3	35	39,8%
S1	31	35,2%
Jumlah	**88**	**100,0%**

Dari data di atas diketahui bahwa mayoritas responden berpendidikan D3 dengan tingkat persentase 40,9%. Dan sebanyak 31 responden (35,2%) lulusan sarjana. Hal ini dikarenakan sebagian dari responden tertarik dengan usaha ini karena sering mengikuti seminar, pameran ataupun kampanye mengenai daur ulang kertas pada saat kuliah.

4.2.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pengalaman Berusaha

Gambaran responden berdasarkan pengalaman berusaha dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berusaha

Usia	**frekuensi**	**%**
<5 Tahun	5	5,7%
6-10 Tahun	28	31,9%
11-15 Tahun	35	39,7%
Di atas 15 Tahun	20	22,7%
Jumlah	**88**	**100,0%**

Dari data di atas diketahui bahwa mayoritas responden adalah bukanlah pengusaha baru melainkan pengusaha yang setidaknya memiliki pengalaman

antara 11-15 tahun. Hal ini karena perkembangan usaha daur ulang kertas mulai berkembang sejak tahun 1990-an.

4.3. Analisis Deskriptif

4.3.1. Inovasi Produk

Inovasi produk akan terungkap melalui jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan pada kuesioner. Inovasi produk diukur menggunakan 3 (tiga) indikator dan dioperasionalisasikan menjadi 6 butir pernyataan. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh persentase skor jawaban responden seperti dalam tabel berikut ini:

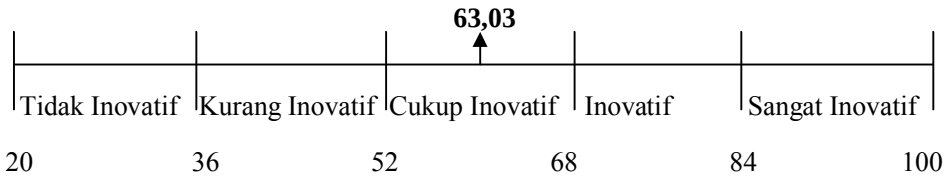
Tabel 4.5

Persentase Skor Jawaban Responden Mengenai Inovasi Produk

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor Aktual	Kategori
1	Kualitas Produk	337	500	67,40	Inovatif
		318	500	63,60	Cukup
2	Multifungsi Produk	301	500	60,20	Cukup
		332	500	66,40	Cukup
3	Keunikan Produk	326	500	65,20	Cukup
		277	500	55,40	Cukup
	Total	**1891**	**3000**	**63,03**	**Cukup Inovatif**

(Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2013)

Selanjutnya persentase total skor jawaban responden pada tabel di atas tersebut di interpretasikan ke dalam tabel skala penafsiran persentase skor jawaban responden ke dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.2

Skala Penafsiran Persentase Skor Variabel Inovasi Produk

Gambar diatas memperlihatkan hasil perhitungan persentase total skor dari variabel inovasi produk sebesar 63,03 berada di antara interval 52 – 68. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa inovasi produk pada UKM Kertas Daur Ulang Bandung secara umum berada dalam kategori cukup inovatif.

Dapat dilihat juga tanggapan responden tertinggi adalah pada indikator kualitas produk dan terendah adalah indikator keunikan produk. Hal ini menunjukkan kualitas produk baik karena kertas daur ulang memiliki daya tarik tersendiri yaitu tekstur unik dan penuh nilai seni sehingga lebih mahal dari kertas biasa. Indikator keunikan produk menjadi yang terendah adalah karena jenis produk yang dapat dihasilkan dari kertas daur ulang terus berkembang. Jika tidak memiliki kreativitas yang tinggi dan tidak mau belajar soal tren akan sulit untuk mengembangkan produk. Juga sekarang ini konsumen lebih menyukai produk-produk yang sifatnya fungsional bukan sekadar dekoratif.

Penulis juga menyajikan gambaran inovasi produk pada masing-masing butir pernyataan, yang diukur menggunakan 3 (tiga) indikator dan dioperasionalisasikan menjadi 6 butir pernyataan. Berikut gambaran tanggapan responden terhadap setiap butir pertanyaan.

1) Kualitas Produk

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item peryataan yang diajukan pada indikator kualitas produk yang diterapkan para pengusaha UKM Daur Ulang Kertas Bandung sebagai berikut:

Tabel 4.6
Perubahan tampilan produk sebagai sumber menarik konsumen

Alternatif Jawaban	Bobot	frek.	%	Σ Skor
Sangat Setuju	5	18	20.4	90
Setuju	4	41	46.6	164
Cukup setuju	3	25	28.4	75
Tidak Setuju	2	4	4.6	8
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.0	0
Jumlah		**88**	**100**	**337**
Persentase Skor Tanggapan Responden = 67,40%				

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan setuju (46.6%) bahwa salah satu sumber dalam menarik konsumen adalah dengan melakukan perubahan tampilan produk adalah karena dengan melakukan perubahan tampilan produk konsumen tidak merasa bosan dengan produk yang itu-itu saja.

Tabel 4.7
Produk tidak mudah robek

Alternatif Jawaban	Bobot	frek.	%	Σ Skor
Sangat Setuju	5	13	14.7	65
Setuju	4	37	42.1	148
Cukup setuju	3	29	33.0	87
Tidak Setuju	2	9	10.2	18
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.0	0
Jumlah		**88**	**100**	**318**
Persentase Skor Tanggapan Responden = 63,60%				

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa produk tidak mudah robek (42.1%) karena dapat memanfaatkan bahan baku untuk kertas daur ulang yang semakin berkembang.

2) Multifungsi Produk

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item peryataan yang diajukan pada indikator multifungsi produk yang diterapkan para pengusaha UKM Daur Ulang Kertas Bandung sebagai berikut:

Tabel 4.8
Pengembangan ragam produk sebagai pembeda

Alternatif Jawaban	Bobot	frek.	%	Σ Skor
Sangat Perlu	5	3	3.4	15
Perlu	4	44	50.0	176
Biasa Saja	3	28	31.9	84
Tidak Perlu	2	13	14.7	26
Sangat Tidak Perlu	1	0	0.0	0
Jumlah		**88**	**100**	**301**
Persentase Skor Tanggapan Responden = 60,20%				

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas tanggapan responden (42.1%) menyatakan perlu mengembangkan ragam produk sebagai pembeda dengan produk lain karena produk daur ulang kertas ini rentan akan peniruan.

Tabel 4.9
Menawarkan produk pendamping

Alternatif Jawaban	Bobot	frek.	%	Σ Skor
Sangat Perlu	5	16	18.2	80
Perlu	4	42	47.8	168
Biasa Saja	3	22	25.0	66
Tidak Perlu	2	7	8.00	14
Sangat Tidak Perlu	1	0	0.0	0
Jumlah		**88**	**100**	**332**
Persentase Skor Tanggapan Responden = 66,40%				

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas tanggapan responden (47,8%) menyatakan perlu menawarkan produk pendamping yang memiliki pangsa pasar menguntungkan karena selain konsumen mempunyai pilihan dalam berbelanja juga sebagai pendongkrak pendapatan.

3) Keunikan Produk

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item peryataan yang diajukan pada indikator keunikan produk yang diterapkan para pengusaha UKM Daur Ulang Kertas Bandung sebagai berikut:

Tabel 4.10
Perubahan dari sisi warna

Alternatif Jawaban	Bobot	frek.	%	Σ Skor
Sangat Setuju	5	13	14.8	65
Setuju	4	45	51.1	180
Cukup setuju	3	21	23.9	63
Tidak Setuju	2	9	10.2	18
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.0	0
Jumlah		**88**	**100**	**326**
Persentase Skor Tanggapan Responden = 63,60%				

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas tanggapan responden (51,1%) menyatakan setuju bahwa sering-sering melakukan inovasi dari sisi warna karena pewarnaan kertas semakin beragam bisa menggunakan warna alam seperti pandan atau kunyit dan patut diingat jika produk-produk ini rawan penjiplakan.

Tabel 4.11
Mengembangkan perubahan dari sisi hiasan

Alternatif Jawaban	Bobot	frek.	%	Σ Skor
Sangat Penting	5	8	9.1	40
Penting	4	21	23.9	84
Cukup Penting	3	34	38.6	102
Tidak Penting	2	22	25.0	44
Sangat Tidak Penting	1	0	0.0	0
Jumlah		**88**	**100**	**277**
Persentase Skor Tanggapan Responden = 55,40%				

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas tanggapan responden (23.9%) menyatakan bahwa perubahan desain produk dari sisi hiasan adalah penting karena mengingat usaha ini rentan akan peniruan baik desain, bentuk ataupun tampilan.

4.3.2 Analisis Deskriptif Budaya Organisasi

Budaya Organisasi pada UKM-UKM Kertas Daur Ulang Bandung akan terungkap melalui jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan pada kuesioner. Budaya Organisasi diukur menggunakan 3 (tiga) indikator dan di operasionalisasikan menjadi 6 butir pernyataan.

Berdasarkan perhitungan diperoleh hasil seperti tampak dalam tabel berikut ini :

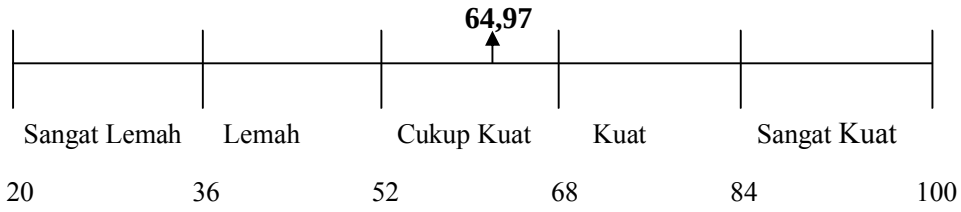
Tabel 4.12
Persentase Skor Jawaban Responden Mengenai Budaya Organisasi

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor Aktual	Kategori
inovasi dan mengambil resiko	307	500	61,40	Cukup
Perhatian pada rincian	320	500	64,00	Cukup
Orientasi pada hasil	336	500	67,20	Cukup

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor Aktual	Kategori
Orientasi pada manusia	303	500	60,60	Cukup
Orientasi pada tim	331	500	66.20	Cukup
Agresif	340	500	68,00	Baik
Stabilitas	337	500	67,40	Cukup
Total	**2274**	**3500**	**64,97**	**Cukup**

(Sumber : Hasil Penyebaran Kuesioner, 2013)

Selanjutnya persentase total skor jawaban responden pada tabel 4.12 di atas tersebut di interpretasikan ke dalam tabel skala penafsiran persentase skor jawaban responden yang disajikan pada gambar sebagai berikut:



Gambar 4.3

Skala Penafsiran Persentase Skor Variabel Budaya Organisasi

Gambar diatas memperlihatkan hasil perhitungan persentase total skor dari variabel budaya oragnisasi sebesar 64,97 berada di antara interval 52 – 68. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa budaya organisasi pada UKM Kertas Daur Ulang Bandung secara umum berada dalam kategori cukup kuat.

Dapat dilihat tanggapan responden tertinggi adalah pada indikator agresif dan terendah adalah indikator orientasi pada manusia. Hal ini menunjukkan pengusaha-pengusaha ini berani dalam bersaing karena untuk menjajal usaha ini, modal yang dikeluarkan tidaklah banyak dan bekal utama yang harus dimiliki dalam menjalani usaha semacam ini tidak sulit hanya harus memiliki kreativitas

yang tinggi. Karena barang yang diproduksi merupakan jenis produk yang terbilang punya nilai seni. Indikator orientasi pada manusia menjadi yang terendah adalah karena kepengurusan didalam organisasi belum berjalan dengan baik.

Penulis juga menyajikan gambaran budaya organisasi pada masing-masing butir pernyataan, yang diukur menggunakan 7 (tujuh) indikator dan dioperasionalisasikan menjadi 7 butir pernyataan. Berikut gambaran tanggapan responden terhadap setiap butir pertanyaan.

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item peryataan yang diajukan pada indikator dorongan bersikap inovatif yang diterapkan para pengusaha UKM Daur Ulang Kertas Bandung sebagai berikut:

Tabel 4.13
Memberi kebebasan kepada karyawan untuk berkreatif

Alternatif Jawaban	Bobot	frek.	%	Σ Skor
Sangat Setuju	5	8	9.1	40
Setuju	4	41	46.6	164
Cukup setuju	3	25	28.4	75
Tidak Setuju	2	14	15.9	28
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.0	0
Jumlah		**88**	**100**	**307**
Persentase Skor Tanggapan Responden = 61,40%				

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas tanggapan responden (46,6%) menyatakan setuju bahwa memberikan kebebasan kepada karyawan untuk berkreatif karena hasilnya akan tercipta beragam produk baru dan perubahan ini akan membawa organisasi kearah yang lebih baik.

Tabel 4.14
Mengutamakan ketepatan dalam berproduksi

Alternatif Jawaban	Bobot	frek.	%	Σ Skor
Sangat Setuju	5	22	25,0	110
Setuju	4	28	31,8	112
Cukup setuju	3	22	25,0	66
Tidak Setuju	2	16	18,2	32
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.0	0
Jumlah		**88**	**100**	**320**
Persentase Skor Tanggapan Responden = 64,00%				

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas tanggapan responden (31,8%) menyatakan setuju bahwa ketepatan dalam berproduksi harus diutamakan. Dari pernyataan tersebut dapat dilihat pada implementasinya, bahwa dengan mengutamakan ketepatan dalam produksi akan meminimalisir gagal produksi dan perhatian dalam rincian harus ditampilkan.

Tabel 4.15
Berorientasi pada hasil akhir

Alternatif Jawaban	Bobot	frek.	%	Σ Skor
Sangat Setuju	5	20	22,7	100
Setuju	4	38	43,1	152
Cukup setuju	3	24	27,2	72
Tidak Setuju	2	6	6.8	18
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.0	0
Jumlah		**88**	**100**	**336**
Persentase Skor Tanggapan Responden = 67,20%				

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas tanggapan responden (43,1%) menyatakan bahwa lebih memusatkan perhatian pada hasil akhir dibandingkan dengan proses-proses yang digunakan karena produk daur ulang kertas mengutamakan idealisme yang berpatokan pada keindahan seni. Keunikan dan

sentuhan seni memang merupakan unsur pokok yang menjadikan kertas daur ulang memiliki banyak kelebihan dibandingkan kertas-kertas lainnya.

Tabel 4.16
Membagi kepengurusan organisasi sesuai prestasi

Alternatif Jawaban	Bobot	frek.	%	Σ Skor
Sangat Setuju	5	10	11,4	50
Setuju	4	37	42,1	148
Cukup setuju	3	23	26.1	69
Tidak Setuju	2	18	20,4	36
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.0	0
Jumlah		**88**	**100**	**303**
Persentase Skor Tanggapan Responden = 60,60%				

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas tanggapan responden (42,1%) menyatakan bahwa keputusan-keputusan didalam kepengurusan atau struktur organisasi pada UKM daur ulang kertas di Bandung ditentukan berdasarkan prestasi yang diberikan karyawan.

Tabel 4.17
Menbudayakan kerjasama tim

Alternatif Jawaban	Bobot	frek.	%	Σ Skor
Sangat Perlu	5	15	17.0	75
Perlu	4	41	46.6	164
Biasa Saja	3	28	31.9	84
Tidak Perlu	2	4	4.5	8
Sangat Tidak Perlu	1	0	0.0	0
Jumlah		**88**	**100**	**331**
Persentase Skor Tanggapan Responden = 66,20%				

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas tanggapan responden (46,6%) menyatakan perlu membiasakan adanya kerjasama tim dilingkungan organisasi karena dengan terciptanya kerjasama yang baik akan dapat membantu perusahaan

mencapai pertumbuhan, pengembangan mutu dalam mengingkatkan kinerja organisasi.

Tabel 4.18
Menanamkan sikap agresif dalam bersaing

Alternatif Jawaban	Bobot	frek.	%	Σ Skor
Sangat Setuju	5	18	20,4	90
Setuju	4	43	48,8	172
Cukup setuju	3	24	27,2	72
Tidak Setuju	2	3	3,4	6
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.0	0
Jumlah		**88**	**100**	**340**
Persentase Skor Tanggapan Responden = 68,00%				

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas tanggapan responden (48,8%) menyatakan setuju bahwa meskipun UKM daur ulang kertas ini termasuk industri kecil tetapi harus agresif dalam persaingan pasar karena produk-produk dari kertas daur ulang memiliki peluang bisnis yang cukup prospektif.

Tabel 4.19
Rutin mengikuti pelatihan dan pembelajaran

Alternatif Jawaban	Bobot	frek.	%	Σ Skor
Sangat perlu	5	18	20,4	90
Perlu	4	42	47,7	168
Biasa Saja	3	23	26,1	69
Tidak Perlu	2	5	5,6	10
Sangat Tidak Perlu	1	0	0.0	0
Jumlah		**88**	**100**	**337**
Persentase Skor Tanggapan Responden = 67,40%				

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas tanggapan responden (47,7%) menyatakan setuju bahwa setiap pelaku bisnis perlu mengikuti pelatihan dan belajar desain misal dengan mengikuti seminar mengenai proses pembuatan kertas daur ulang karena barang yang diproduksi terbilang memiliki nilai seni.

4.3.3 Analisis Deskriptif Kinerja Organisasi

Kinerja Organisasi pada UKM Kertas Daur Ulang di Bandung akan terungkap melalui jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan pada kuesioner. Diukur menggunakan 2 (dua) indikator dan dioperasionalisasikan menjadi 5 butir pernyataan. Berikut adalah perhitungan yang diperoleh:

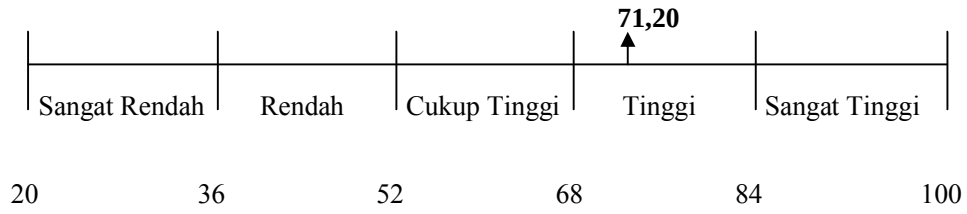
Tabel 4.20

Persentase Skor Jawaban Responden Mengenai Kinerja Organisasi

No	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor Aktual	Kategori
1	Pertumbuhan Penjualan	369	500	73,80	Tinggi
2	Pertumbuhan Produk	342	500	68,40	Tinggi
3	Pertumbuhan Laba	358	500	71,60	Tinggi
4	Produktivitas	354	500	70,80	Tinggi
		357	500	71,40	Tinggi
	Total	**1780**	**2500**	**71,20**	**Tinggi**

(Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2013)

Selanjutnya persentase total skor jawaban responden pada tabel 4.20 di atas tersebut di interpretasikan ke dalam tabel skala penafsiran persentase skor jawaban responden yang disajikan pada gambar sebagai berikut:



Gambar 4.4
Skala Penafsiran Persentase Skor Variabel Kinerja Organisasi

Gambar diatas memperlihatkan bahwa hasil perhitungan persentase total skor dari variabel kinerja organisasi sebesar 71,20 berada di antara interval 68 – 84. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kinerja organisasi pada UKM Kertas Daur Ulang Bandung secara umum berada dalam kategori tinggi.

Dapat dilihat tanggapan responden tertinggi adalah pada indikator pertumbuhan penjualan dan terendah adalah indikator pertumbuhan produk baru. Hal ini menunjukkan tingkat pertumbuhan penjualan pada bisnis ini baik, karena produk dari kertas daur ulang semakin dikenal dikalangan masyarakat akhir-akhir ini, biasanya untuk cinderamata atau souvenir. Indikator pertumbuhan produk baru menjadi yang terendah adalah karena jenis produk yang dapat dihasilkan dari kertas daur ulang terus berkembang dan barang-barang daur ulang dari kertas ini belum bisa diproduksi secara massal mengingat keterbatasan tenaga kerja dan bahan baku yang dimiliki.

Penulis juga menyajikan gambaran kinerja organisasi pada masing-masing butir pernyataan, yang diukur menggunakan 4 (empat) indikator dan dioperasionalisasikan menjadi 5 butir pernyataan. Berikut gambaran tanggapan responden terhadap setiap butir pertanyaan.

1) Pertumbuhan Penjualan

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item peryataan yang diajukan pada indikator pertumbuhan penjualan yang diterapkan para pengusaha UKM Daur Ulang Kertas Bandung sebagai berikut:

Tabel 4.21
Tingkat pertumbuhan penjualan dalam setiap produksi periode tertentu

Alternatif Jawaban	Bobot	frek.	%	Σ Skor
Sangat Tinggi	5	35	39,7	175
Tinggi	4	39	44,3	156
Cukup Tinggi	3	10	11,4	30
Rendah	2	4	4,6	8
Sangat Rendah	1	0	0.0	0
Jumlah		**88**	**100**	**369**
Persentase Skor Tanggapan Responden =73,80%				

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas tanggapan responden (44,3%) menyatakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan produk pada usaha ini tinggi karena beberapa UKM daur ulang kertas ini sudah memperluas jangkauan pasar mereka ke pasar global.

2) Pertumbuhan produk baru

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item peryataan yang diajukan pada indikator pertumbuhan produk baru yang diterapkan para pengusaha UKM Daur Ulang Kertas Bandung sebagai berikut:

Tabel 4.22
Tingkat pengembangan produk baru

Alternatif Jawaban	Bobot	frek.	%	Σ Skor
Sangat Perlu	5	26	29,5	130
Perlu	4	32	36,4	128
Cukup Perlu	3	24	27,2	72
Tidak Perlu	2	6	6,8	12
Sangat Tidak Perlu	1	0	0.0	0
Jumlah		**88**	**100**	**342**
Persentase Skor Tanggapan Responden = 68,40%				

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas tanggapan responden (36,4%) menyatakan perlu adanya meningkatkan produksi produk baru. Hal ini

dikarenakan barang-barang daur ulang dari kertas ini belum bisa diproduksi secara massal mengingat keterbatasan tenaga kerja dan bahan baku yang dimiliki.

3) Pertumbuhan Laba

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item peryataan yang diajukan pada indikator pertumbuhan laba yang diterapkan para pengusaha UKM Daur Ulang Kertas Bandung sebagai berikut:

Tabel 4.23
Tingkat pertumbuhan laba

Alternatif Jawaban	Bobot	frek.	%	Σ Skor
Sangat Tinggi	5	30	34,1	150
Tinggi	4	36	40,9	144
Cukup Tinggi	3	20	22,7	60
Rendah	2	2	2,3	4
Sangat Rendah	1	0	0.0	0
Jumlah		**88**	**100**	**358**
Persentase Skor Tanggapan Responden = 71,60%				

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas tanggapan responden (40,9%) menyatakan bahwa tingkat perolehan laba dari usaha ini tinggi. Hal ini disebabkan adanya pangsa pasar untuk produk kreatif ini, kreativitas mengolah limbah kertas ini menghasilkan keuntungan cukup besar karena modal yang dikeluarkan minim.

4) Produktivitas Karyawan

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item peryataan yang diajukan pada indikator produktivitas yang diterapkan para pengusaha UKM Daur Ulang Kertas Bandung sebagai berikut:

Tabel 4.24
Kemampuan dalam menyelesaikan pekerjaan

Alternatif Jawaban	Bobot	frek.	%	Σ Skor
Sangat Tinggi	5	28	31,8	140
Tinggi	4	37	42,0	148
Cukup Tinggi	3	20	22,7	60
Rendah	2	3	3,4	6
Sangat Rendah	1	0	0.0	0
Jumlah		**88**	**100**	**354**
Persentase Skor Tanggapan Responden = 70,80%				

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas tanggapan responden (42,0%) menyatakan bahwa kemampuan dalam menyelesaikan pekerjaan tinggi karena karyawan selalu dianjurkan untuk mengikuti pelatihan atau seminar mengenai pembuatan kertas daur ulang.

4.4. Analisis Verifikatif

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh inovasi produk dan budaya organisasi terhadap kinerja organisasi pada UKM Kertas Daur Ulang di Bandung, maka dilakukan analisis regresi linier berganda yang terdiri dari persamaan regresi linier berganda, analisis korelasi, analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis dengan terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik.

4.4.1 Uji Asumsi Klasik

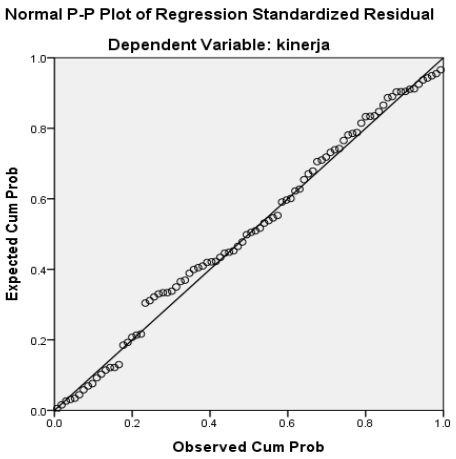
1. Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model

regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui adanya tidaknya pelanggaran asumsi normalitas dapat dilihat dengan menggunakan dengan metode gambar normal *Probability Plots* dalam program SPSS. Dasar pengambilan keputusan:

a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. (Singgih Santoso, 2002:322).

dengan hasil sebagai berikut:



Gambar 4.5
Hasil Uji Normalitas Data

Gambar di atas menunjukan hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan metode grafik p-plot. Dari gambar di atas terlihat titik-titik yang diperoleh masih mengikuti garis diagonal. Hal ini menunjukan bahwa data yang

digunakan berdistribusi normal. Dengan demikian asumsi normalitas data terpenuhi.

2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan suatu situasi dimana beberapa atau semua variabel bebas berkorelasi kuat. Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah :

- Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.
- Nilai standar error setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar yang mengakibatkan standar errornya semakin bersar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas adalah dengan menggunakan *Variance Inflatation Factors (VIF),*

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat diantara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel-variabel bebas. Cara untuk mendeteksi adanya multikolinieritas adalah dengan cara melihat nilai *Tolerance* dan tabel VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai *tolerance* yang diperoleh harus lebih dari 0,1 dan VIF harus kurang dari 10. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.25
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Inovasi	.865	1.156
	Budaya	.865	1.156

a. Dependent Variable: kinerja

Tabel output di atas menunjukan hasil pengujian multikolinieritas data. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat bahwa *tolerance value* yang diperoleh kedua variabel bebas sebesar 0,865 > 0,1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10. Sehingga dapat dikatakan bahwa data yang digunakan tidak memiliki korelasi yang kuat diantara variabel bebas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah variance residual bersifat heteroskedastisitas atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya memiliki variance residual yang homokedastisitas. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji-*Rank Spearman* yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (*error*) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen). Dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.26
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			inovasi	budaya	absolute
Spearman's rho	inovasi	Correlation Coefficient	1.000	.328**	-.169
		Sig. (2-tailed)	.	.002	.115
		N	88	88	88
	budaya	Correlation Coefficient	.328**	1.000	-.176
		Sig. (2-tailed)	.002	.	.102
		N	88	88	88

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel di atas menunjukan hasil pengujian heteroskedastisitas menggunakan metode korelasi Rank Spearman. Dari data yang disajikan pada tabel di atas terlihat bahwa korelasi antara variabel Inovasi Produk dan Budaya Organisasi dengan UnstandardizedbResidual memiliki nilai signifikasi lebih dari masing-masing koefisien korelasi kedua variabel bebas dengan nilai absolute error 0,05 yaitu sebesar -0,169 dan -0,176.. Hal ini menunjukan bahwa variance residual dalam data tidak terdapat heterokedastisitas.

4.4.2 Persamaan Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + €$$

Y = nilai taksiran untuk kinerja

a = konstanta

$b_{1,2}$ = koefisien regresi

X_1 = inovasi produk

X_2 = budaya organisasi

€ = epsilon

Dengan menggunakan *software* SPSS, diperoleh hasil analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 4.27
Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.786	.315		5.667	.000
	inovasi	.169	.093	.195	1.810	.074
	budaya	.267	.107	.269	2.500	.014

a. Dependent Variable: kinerja

Berdasarkan tabel output di atas, diperoleh nilai a sebesar 1,786, b_1 sebesar 0,169 dan b_2 sebesar 0,267. Dengan demikian, maka dapat di bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1{,}786 + 0{,}169\ X_1 - 0{,}267\ X_2$$

Persaaman di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a= 1,786 artinya: jika kedua variabel bebas X_1 dan X_2 bernilai nol (0), maka (Y) akan bernilai 1,78 persen.

b_1 =0,169 artinya: jika inovasi produk (X_1) meningkat, sementara variabel budaya organisasi (X_2) konstan, maka kinerja organisasi (Y) akan meningkat sebesar 0,169 persen.

b_2= 0,267 artinya: jika budaya organisasi (X_2) meningkat satu persen, sementara variabel inovasi produk (X_1) konstan, maka kinerja organisasi (Y) akan meningkat sebesar 0,267 persen.

4.4.3 Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan mengukur sejauh mana/ seberapa kuat hubungan yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil analisis korelasi sebagai berikut:

Tabel 4.28
Analisis Korelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.386[a]	.149	.129	.38202	1.630

a. Predictors: (Constant), budaya, inovasi

b. Dependent Variable: kinerja

Berdasarkan tabel output di atas, terlihat bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara kedua variabel bebas dengan variabel terikat adalah sebesar 0,386. Nilai korelasi bertanda positif, yang menunjukan bahwa hubungan yang terjadi antara kedua variabel bebas dengan variabel terikat adalah searah. Dimana semakin tinggi inovasi produk dan semakin kuat budaya organisasi, maka kinerja akan semakin tinggi. Berdasarkan interpretasi sugiyono, nilai korelasi sebesar 0,386 termasuk kedalam kategori hubungan yang rendah, berada dalam rentang interval 0,20 - 0,399. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan analisis linier berganda.

4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis koefisien determinasi (KD) merupakan kuadrat dari nilai korelasi (R) disebut juga sebagai *R-Square.* Dengan menggunakan *Soft Ware SPSS 20 for window,* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.29
Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.386[a]	.149	.129	.38202

a. Predictors: (Constant), budaya, inovasi

b. Dependent Variable: kinerja

Berdasarkan tabel output di atas, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau *R-square* yang diperoleh sebesar 0,149 atau 15%. Hal ini menunjukan bahwa inovasi produk dan budaya organisasi memberikan kontribusi pengaruh terhadap kinerja sebesar 15%, sedangkan sisanya sebesar 85% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

Sedangkan untuk melihat kontribusi pengaruh dari setiap variabel bebas secara parsial dapat diketahui dengan mengalikan nilai *beta* dengan nilai *zero order* sebagai berikut:

Tabel 4.30
Koefisien Determinasi Parsial

Coefficients[a]

Model	Standardized Coefficients	Correlations
	beta	Zero-order
1 (Constant)		
Inovasi	.195	.293
Budaya	.269	.340

a. Dependent Variable: kinerja

Berdasarkan output di atas dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut:

Pengaruh X_1 terhadap Y = 0,195 x 0,293 = 0,06 atau 6%

Pengaruh X_2 terhadap Y = 0,269 x 0,340 = 0,09 atau 9%

Berdasarkan perhitungan di atas diketahui bahwa budaya organisasi (X_2) memberikan kontribusi pengaruh terbesar terhadap kinerja dengan kontribusi yang diberikan sebesar 9% sedangkan sisanya diberikan oleh inovasi produk (X_1) sebesar 6%.

4.4.5. Pengujian Hipotesis

4.4.5.1. Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui apakah inovasi produk dan budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja, maka dilakukan pengujian hipotesis sebagai berikut:

Ho :$\beta_1 = \beta_2 = 0$, Secara simultan, inovasi produk dan budaya organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja.

Ha :$\beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, Secara simultan, inovasi produk dan budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja.

Taraf signifikansi (α) : 0,05

Kriteria uji : tolak H_0 jika nilai F-hitung > F-tabel, H_a terima

Nilai statistik uji F dapat diketahui dari tabel output berikut:

Tabel 4.31
Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

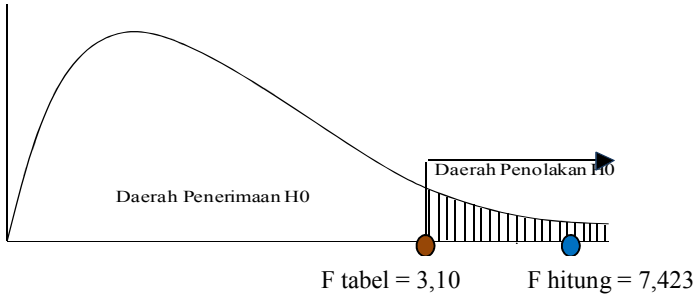
ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.167	2	1.083	7.423	.001[b]
	Residual	12.405	85	.146		
	Total	14.572	87			

a. Dependent Variable: kinerja

b. Predictors: (Constant), budaya, inovasi

Dari tabel output di atas, terlihat bahwa nilai F-hitung yang diperoleh sebesar 7,423. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F-tabel pada tabel distribusi F. Dengan α=0,05, db_1=2 dan db_2=85, diperoleh nilai F-tabel sebesar 3,10. Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai F-hitung (7,423) > nilai F-tabel (3.10). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan inovasi produk dan budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja. Nilai F-hitung dan F-tabel tersebut jika disajikan dalam grafik akan terlihat seperti berikut ini:



Gambar 4.6
Kurva Hipotesis Simultan

4.4.5.2 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

1. Pengujian Hipotesis Parsial X_1

Ho: $\beta_1 = 0$, Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Kinerja pada UKM Daur Ulang.

H_1: $\beta_1 \neq 0$, Inovasi Produk berpengaruh terhadap Kinerja pada UKM Daur Ulang.

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : Tolak Ho jika t hitung > t tabel, terima dalam hal lainnya

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial X_1 sebagai berikut:

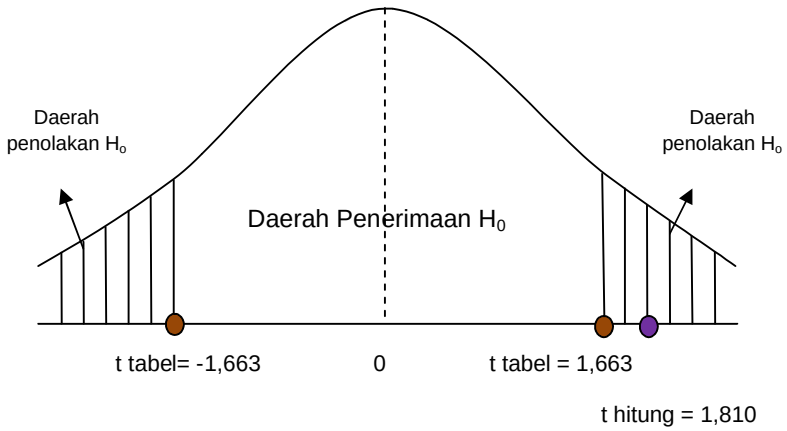
Tabel 4.32
Hasil Pengujian Hipotesis Parsial X_1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	beta		
1	(Constant)	1.786	.315		5.667	.000
	inovasi	.169	.093	.195	1.810	.074
	budaya	.267	.107	.269	2.500	.014

a. Dependent Variable: kinerja

Dari tabel output di atas diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh variabel inovasi produk adalah sebesar 1,810. Nilai ini akan dibandingkan dengan t-tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=88-2-1= 85, diperoleh t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar ± 1,663. Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung (1,810) > t-tabel (1,663). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja. Nilai t-hitung dan t-tabel tersebut jika disajikan dalam grafik, dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 4.7
Grafik Pengujian Hipotesis Parsial X_1

Berdasarkan gambar 4.6 diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 1,810 berada pada daerah penolakan Ho, yang menunjukkan bahwa inovasi produk secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja UKM Daur Ulang Bandung.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zahra dan Das, (1993) dalam Soleh (2008:48) bahwa terdapat hubungan antara inovasi produk dengan kinerja.

2. Pengujian Hipotesis Parsial X_2

Ho: $\beta_2 = 0$, Budaya Organisasi tidak berpengaruh terhadap kinerja pada UKM Daur Ulang.

H_1: $\beta_2 \neq 0$, Budaya Organisasi berpengaruh terhadap Kinerja pada UKM Daur Ulang.

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : Tolak Ho jika t hitung > t tabel, terima dalam hal lainnya.

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial X_2 sebagai berikut:

Tabel 4.33
Pengujian Hipotesis Parsial X_2

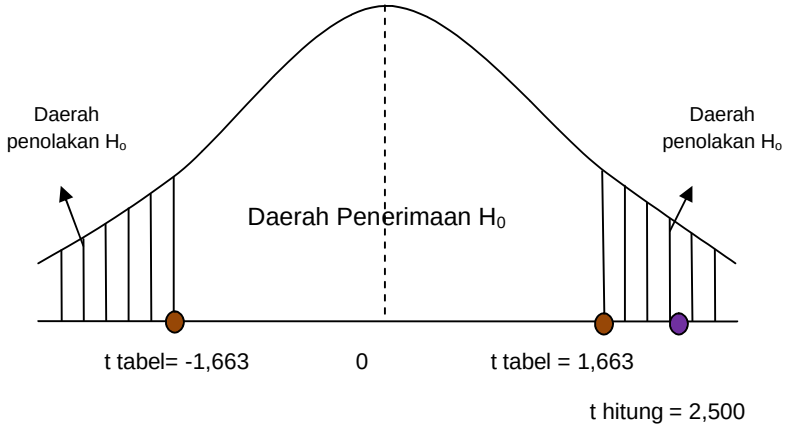
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.786	.315		5.667	.000
	inovasi	.169	.093	.195	1.810	.074
	budaya	.267	.107	.269	2.500	.014

a. Dependent Variable: kinerja

Dari tabel output di atas diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh variabel budaya organisasi adalah sebesar 2,500. Nilai ini akan dibandingkan dengan t-tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=88-2-1= 85,

diperoleh t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar ± 1,988. Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung 2,500 > t-tabel 1,663. Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja. Nilai t-hitung dan t-tabel tersebut jika disajikan dalam grafik, dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 4.7
Grafik Pengujian Hipotesis Parsial X_2

Berdasarkan gamabr 4.7 diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 2,500 berada pada daerah penolakan Ho, yang menunjukkan bahwa budaya organisasi secara parsial berpengaruh terhadap kinerja UKM Daur Ulang bandung.

Sesuai dengan Moelyono Djokosantoso (2003:42) dalam Soedjono (2005:27) bahwa budaya organisasi secara parsial berpengaruh siginifikan terhadap kinerja.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Tapi Rondang Ni Bulan (2010:214), hasil analisis menunjukan bahwa budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja UKM.

Berdasarkan perhitungan diketahui bahwa budaya organisasi (X_2) memberikan kontribusi pengaruh terbesar terhadap kinerja dengan kontribusi yang diberikan sebesar 9% sedangkan sisanya diberikan oleh inovasi produk (X_1) sebesar 6%.