

## **PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN, EFEKTIVITAS ORGANISASI DAN GAYA NEGOSIASI TERHADAP INOVASI PRODUK UMKM HIJAB DI KABUPATEN BEKASI**

**Junedi, Adibah Yahya, Diana Sari**

Universitas Pelita Bangsa Bekasi, Indonesia

Email: junedi@pelitabangsa.ac.id , adibah.yahya@pelitabangsa.ac.id

diana.sari.bil@gmail.com

### **Abstrak**

Fenomena busana hijab menjadi suatu *fashion style* di kalangan masyarakat Muslim di Indonesia, menuntut produsen melakukan inovasi produk sesuai kebutuhan yang *fashionable* dan *modern*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data primer dan data sekunder, sampel yang digunakan sebanyak 30 pelaku usaha. Metode pengumpulan data menggunakan angket dan observasi yang kemudian hasilnya di uji menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik serta analisis regresi berganda. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel gaya kepemimpinan, efektivitas organisasi dan gaya negosiasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk UMKM hijab di Kabupaten Bekasi.

**Kata Kunci:** inovasi produk; fashion hijab; UMKM

### **Abstract**

*The phenomenon of hijab fashion becoming a fashion style among the Muslim community in Indonesia, requires manufacturers to innovate products according to fashionable and modern needs. This research is a quantitative research with primary data and secondary data, the sample used is 30 business actors. Methods of data collection using questionnaires and observations which then the results are tested using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) through validity tests, reliability tests, classical assumption tests and multiple regression analysis. The results of the research conducted indicate that the variables of leadership style, organizational effectiveness and negotiation style have a positive and significant influence on product innovation of hijab SMEs in Bekasi Distric.*

**Keywords:** product innovation; hijab fashion; SMEs

Received: 2021-11-20; Accepted: 2021-12-05; Published: 2021-12-20

## **Pendahuluan**

Kehadiran fashion hijab dalam dunia fashion wanita Muslimah menjadi fenomena kapitalisasi hijab dari komoditas keagamaan menjadi sarana ekspresi gaya hidup. Fashion dapat didefinisikan dengan berbagai cara dapat dilihat tergantung aspek mana dari fenomena itu ditekankan (Indrianti, Kurniawan, & Hassan, 2021). Adanya fenomena pasar tersebut, membuat produsen industri hijab di Indonesia menyuguhkan berbagai style fashion hijab dengan menciptakan ciri khas masing-masing dari merk produknya (Hassan & Harun, 2016).

Inovasi merupakan langkah perusahaan untuk terlibat dan mendukung kebaruan, ide-ide baru, kreatif proses dan eksperimen yang mengarah pada produk baru atau proses teknologi baru (Fitriati, Purwana, & Buchdadi, 2020). Inovasi produk perlu dilakukan bagi pengusaha fashion hijab dalam menghadapi persaingan agar memberikan pilihan produk bagi pelanggan. Untuk mewujudkan hal tersebut maka perlu adanya kajian variabel apa saja yang dapat membentuk terwujudnya inovasi produk melalui pendekatan kajian: 1). Gaya kepemimpinan, berdasarkan pengamatan di lapangan masih banyak dijumpai unit usaha masih dikelola secara konvensional yang belum menggunakan peran kepemimpinan dalam menjalankan usahanya. Gaya kepemimpinan memberikan dampak pada pengetahuan dan keterampilan yang substansial (Colovic, 2021). Kepemimpinan memainkan peranan penting dalam mendorong hasil kegiatan inovasi dalam organisasi (Oke, Munshi, & Walumbwa, 2009). 2). Efektivitas organisasi memberikan bukti bahwa kapasitas inovasi dipengaruhi karakteristik organisasi (Kurniati, 2014). Unit usaha UMKM perlu membuat organisasinya lebih proaktif dan kreatif agar terus mempromosikan ide baru yang inovatif (Gomes, Seman, Berndt, & Bogoni, 2021), Dalam kondisi perubahan lingkungan yang dinamis, organisasi membutuhkan kapasitas manajerial untuk berpikir dan bertindak strategis (Temouri, Shen, Pereira, & Xie, 2020). 3). Gaya negosiasi merupakan pendekatan kompetitif dalam negosiasi, di mana para pemimpin usaha kecil terlibat memanfaatkan sumber daya mereka yang terbatas untuk inovasi lebih baik (Dunne, Aaron, McDowell, Urban, & Geho, 2016). Keberhasilan negosiasi memberikan efektivitas tercapai tujuan organisasi (Peleckis, 2014).

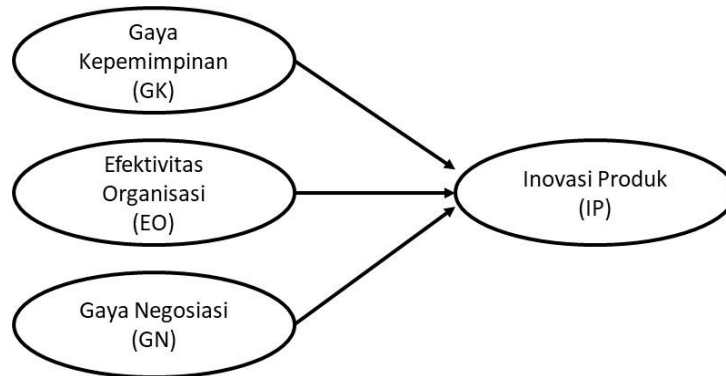
Dengan memperhatikan peran inovasi produk tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya kepemimpinan, efektivitas organisasi dan gaya negosiasi terhadap inovasi produk umkm fashion hijab di Kabupaten Bekasi.

## **Metode Penelitian**

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dilakukan pada kelompok pemilik usaha fashion hijab di Kabupaten Bekasi. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner untuk mendapatkan jawaban dari responden dengan memberikan pertanyaan yang telah disiapkan agar mendapat jawaban responden yang valid sebagai data. Konsep penelitian ini yaitu Inovasi Produk (IP) merupakan variabel dependen, sedangkan Gaya Kepemimpinan (GK), Efektivitas Organisasi (EO) dan Gaya

Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Efektivitas Organisasi dan Gaya Negosiasi Terhadap Inovasi Produk UMKM Hijab di Kabupaten Bekasi

Negosiasi (GN) merupakan variabel independen. Dengan desain penelitian yang dapat dilihat pada bagan sebagai berikut:



**Gambar 1**  
**Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini melibatkan 30 pemilik usaha fashion hijab di Kabupaten Bekasi, untuk mengisi jawaban yang telah disediakan menggunakan skala likert 1-5, dengan kriteria 1 sangat tidak setuju dan 5 sangat setuju. Penaksiran ini untuk mendapatkan verifikasi dalam bentuk dukungan empiris data dilapangan, karena data yang disajikan berupa angka dan menggunakan analisis statistik (Memon et al., 2020), selanjutnya data di analisa : 1) uji validitas dan realibilitas, 2). uji asumsi, 3). uji model dan 4). uji hipotesis.

**Tabel 1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel/ Konsep	Indikator	Skala
Inovasi Produk (IP)	IP.1 Produk baru bagi dunia	Interval 1 - 5
	IP.2 Lini produk baru	
	IP.3 Tambahan pada lini produk.	
	IP.4 Perbaikan dan revisi produk	
	IP.5 Penentuan kembali	
Gaya Kepemimpinan (GK)	GK.1 Kepemimpinan Otokratis	Interval 1 – 5
	GK.2 Kepemimpinan Partisipatif	
	GK.3 Kpemimpinan kendali bebas	
Efektivitas Organisasi (EO)	EO.1 Produktivitas tinggi	Interval 1 - 5
	EO.2 Efisien	
	EO.3 Memperoleh sumber daya	
	EO.4 Perencanaan yang matang	
	EO.5 Kondisi stabil	
	EO.6 Ketersediaan Informasi	
	EO.7 Kohesivitas karyawan solid	

Gaya Negosiasi (GN)	GN.1 Kemampuan Bersaing	Interval 1 - 5
	GN.2 Menghindari konflik	
	GN.3 Melakukan kolaborasi	
	GN.4 Kemampuan mengakomodasi	
	GN.5 Taktik berkompromi	

Sumber: Rangkuman teori, 2021

## Hasil dan Pembahasan

### A. Analisis uji instrumen yaitu validitas dan reliabilitas)

Jika  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel maka kuesioner tersebut dianggap valid sebaliknya jika  $r$ -hitung  $<$   $r$ -tabel kuisisioner dinyatakan tidak sah.  $R$ -tabel dengan jumlah responden  $N=30$  pada tingkat signifikansi 5% adalah 0.361. Uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi kuisisioner yang digunakan sehingga kuisisioner dapat digunakan. Uji Reabilitas yang digunakan yaitu dengan teknik Cronbach's Alpha dimana variabel dikatakan reliabel jika nilainya  $>$  0.600.

**Tabel 2**  
**Validitas -Realibilitas**

Variabel; Indikator	Cronbach's; r-hitung	Nilai Kritis	Keterangan
Inovasi Produk (IP)	0,773	0,600	Reliabel
IP.1 Produk baru bagi dunia	0,756	0,361	Valid
IP.2 Lini produk baru	0,839	0,361	Valid
IP.3 Tambahan pada lini produk.	0,743	0,361	Valid
IP.4 Perbaikan dan revisi produk	0,677	0,361	Valid
IP.5 Penentuan kembali	0,698	0,361	Valid
Gaya Kepemimpinan (GK)	0,653	0,600	Reliabel
GK.1 Kepemimpinan Otokratis	0,862	0,361	Valid
GK.2 Kepemimpinan Partisipatif	0,553	0,361	Valid
GK.3 Kpemimpinan kendali bebas	0,860	0,361	Valid
Efektivitas Organisasi (EO)	0,866	0,600	Reliabel
EO.1 Produktivitas tinggi	0,772	0,361	Valid
EO.2 Efisien	0,791	0,361	Valid
EO.3 Memperoleh sumber daya	0,715	0,361	Valid
EO.4 Perencanaan yang matang	0,757	0,361	Valid
EO.5 Kondisi stabil	0,773	0,361	Valid
EO.6 Ketersediaan Informasi	0,616	0,361	Valid
EO.7 Kohesivitas karyawan solid	0,792	0,361	Valid
Gaya Negosiasi (GN)	0,790	0,600	Reliabel
GN.1 Kemampuan Bersaing	0,787	0,361	Valid
GN.2 Menghindari konflik	0,791	0,361	Valid
GN.3 Melakukan kolaborasi	0,663	0,361	Valid
GN.4 Kemampuan mengakomodasi	0,858	0,361	Valid
GN.5 Taktik berkompromi	0,590	0,361	Valid

Sumber: Data penelitian diolah, 2021

## B. Analisis uji asumsi sebagai bentuk persyaratan analisis regresi linier ganda

Asumsi pertama yaitu normalitas untuk memastikan data pada tabel adalah benar teruji normal dengan menguji variabel residu dengan kriteria sig (signifikansi)  $> 0.05$ , maka data berdistribusi secara normal. Asumsi kedua multikolinieritas yang digunakan untuk memastikan ada tidaknya korelasi antar variabel bebas (*independent*) dengan kriteria nilai *tolerance* mendekati 1 dan atau VIF kurang dari 10. Asumsi ketiga heterokedastisitas yaitu menguji perbedaan *variance* nilai residual antar periode pengamatan dengan kriteria test statistik atau Sig  $> 0.05$ .

**Tabel 3**  
**Ringkasan Hasil Uji Asumsi**

Komponen Variabel	Nilai Tolerance	VIF	Sig.Residu	Test Statistic
Gaya Kepemimpinan (GK)	.530	1.888	.775	.653
Efektivitas Organisasi (EO)	.472	2.118	.315	.866
Gaya Negosiasi (GN)	.363	2.752	.518	.790

Sumber: Data penelitian diolah, 2021

Uji asumsi tabel 3 menunjukkan nilai test statistic-nya variabel GK 0.653; EO 0.866 dan GN 0.790 yang kesemua variabel-variabel tersebut  $> 0.05$  sehingga data berdistribusi normal atau asumsi pertama terpenuhi. Asumsi kedua terpenuhi karena *tolerance* GK 0.530  $> 0.10$ ; serta nilai VIF 1.888  $< 10.00$  dengan demikian tidak terdapat multikolinieritas; *tolerance* EO 0.472  $> 0.10$  dengan nilai VIF 2.118  $< 10.00$  hal ini tidak terjadi multikolinieritas; *tolerance* GN 0.363  $> 0.10$  dengan nilai VIF 2.752  $< 10.00$  dengan demikian tidak mengalami multikolinieritas. Data yang diuji tidak mengalami heterokedasitas karena masing-masing variabel memiliki signifikan di atas 0.05, yaitu signifikansi GK 0.775  $> 0.05$ , untuk signifikansi EO 0.315  $> 0.05$ , dan untuk signifikansi GN 0.518  $> 0.05$ . Dengan demikian persyaratan analisis terpenuhi.

## C. Analisis uji model

Besaran kemampuan model didasarkan pada Nilai R Square (koefisien determinasi). Pengujian dengan uji F dimana dasar pengambilan keputusan jika F-hitung  $> F$ -tabel maka signifikan.

**Tabel 4**  
**Ringkasan Analisis Regresi Berganda**

R Square	Adj. R Square	F-Hitung	Sig. F
.785	.760	28.401	.000
Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Sig
Konstanta	5,173	2.485	.020
Gaya Kepemimpinan (GK)	.011	.072	.943
Efektivitas Organisasi (EO)	.172	1.842	.077
Gaya Negosiasi (GN)	.512	4.557	.000

Dependen Variables: Inovasi Produk (IP)

Sumber: Data penelitian diolah, 2021

Nilai R Square dari tabel 4 sebesar 0.785 dan adj. R Square sebesar 0,760. Nilai ini mengandung arti bahwa pengaruh GK, EO dan GN adalah sebesar 78,5% terhadap IP. Nilai F- hitung sebesar 28.401 dan probabilitas Sig. F 0.000. F-hitung  $28.401 > F\text{-tabel } 2,960$  dan probabilitas Sig.F  $0.000 < \text{taraf uji penelitian } 0.05$  maka signifikan dan dapat diartikan bahwa GK, EO dan GN mampu menjelaskan 78,5 variasi IP. Dengan demikian model penelitian layak untuk menjelaskan keterkaitan antar variabel melalui uji hipotesis.

#### **D. Analisis uji hipotesis**

Sebagai arah pengaruh ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi melalui pengujian menggunakan uji-t. Nilai koefisien regresi yang dibentuk dalam persamaan regresi adalah  $IP = 5.173 + 0.011GK + 0.172EO + 0.512GN$ . GK memiliki koefisien regresi 0.011, t-hitung 0.072 dan sig. 0.020. Karena nilai sig. 0.020 lebih besar dari taraf uji penelitian 0.05 maka hipotesis pertama ditolak yang berarti bahwa GK tidak mempengaruhi IP. EO memiliki koefisien regresi 0.172, t-hitung 1.842 dan sig. 0.077. Karena nilai sig. 0.077 lebih besar dari taraf uji penelitian 0.05 maka hipotesis kedua ditolak yang berarti bahwa EO tidak mempengaruhi IP. GN, memiliki koefisien regresi 0.512, t-hitung 4.557 dan sig. 0.000. Karena nilai sig. 0.000 lebih kecil dari taraf uji penelitian 0.05 maka hipotesis ketiga diterima yang berarti bahwa GN mempengaruhi IP.

#### **Kesimpulan**

Penelitian ini memberikan gambaran bahwa Gaya Kepemimpinan (GK) tidak memberikan pengaruh terhadap Inovasi Produk (IP) pada usaha UMKM fashion hijab di Kabupaten Bekasi. Tidak adanya pengaruh gaya kepemimpinan dapat di fahami mengingat skala usaha yang masih kecil sehingga kegiatan usahanya masih dilakukan oleh pemilik. Begitu pula dengan Efektivitas Organisasi (EO) dalam penelitian ini tidak memberikan pengaruh terhadap Inovasi Produk (IP) usaha fashion hijab, mengingat organisasinya masih kecil dan belum banyak melibatkan jumlah personil yang banyak. Selanjutnya Gaya Negosiasi (GN) dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap Inovasi Produk (IP) usaha UMKM fashion hijab di Kabupaten Bekasi, hal ini menjadi variabel yang sangat menentukan dalam melakukan inovasi produk secara langsung dalam menjalankan kegiatan usaha sehari-hari mulai dari belanja pengadaan bahan baku, maupun membuat penawaran kontrak kerja penjualan ataupun kerjasama. Apabila pemilik usaha memiliki keilmuan, keterampilan, pengalaman dan kapasitas negosiasi yang bagus, maka dapat menunjang pengembangan inovasi produknya.

## BIBLIOGRAFI

- Colovic, Ana. (2021). Leadership and business model innovation in late internationalizing SMEs. *Long Range Planning*, (February), 102083. [Google Scholar](#)
- Dunne, Timothy C., Aaron, Joshua R., McDowell, William C., Urban, David J., & Geho, Patrick R. (2016). The impact of leadership on small business innovativeness. *Journal of Business Research*, 69(11), 4876–4881. [Google Scholar](#)
- Fitriati, Titi Kurnia, Purwana, Dedi, & Buchdadi, Agung Dharmawan. (2020). The role of innovation in improving small medium enterprise (SME) performance. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(2), 232–250.
- Gomes, Giancarlo, Seman, Laio Oriel, Berndt, Ana Clara, & Bogoni, Nadia. (2021). The role of entrepreneurial orientation, organizational learning capability and service innovation in organizational performance. *Revista de Gestão, ahead-of-print*(ahead-of-print).
- Hassan, Siti Hasnah, & Harun, Harmimi. (2016). Factors influencing fashion consciousness in hijab fashion consumption among hijabistas. *Journal of Islamic Marketing*, 7(4), 476–494. [Google Scholar](#)
- Indrianti, Pingki, Kurniawan, Oki, & Hassan, Faridah Hj. (2021). The Visual Analysis Of Muslimah Clothing Style In Java (15-20 th Century). *El-HARAKAH (TERAKREDITASI)*, 23(1), 41–63. [Google Scholar](#)
- Kurniati, Edy Dwi. (2014). Pengaruh Karakteristik Manajer-Pemilik Usaha, Karakteristik Organisasi Dan Lingkungan Eksternal Terhadap Kapasitas Inovasi Dan Kinerja Usaha. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 10(1), 124–135. [Google Scholar](#)
- Memon, Mumtaz Ali, Ting, Hiram, Cheah, Jun Hwa, Thurasamy, Ramayah, Chuah, Francis, & Cham, Tat Huei. (2020). Sample Size for Survey Research: Review and Recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2), i–xx. [Google Scholar](#)
- Oke, Adegoke, Munshi, Nathasha, & Walumbwa, Fred O. (2009). The Influence of Leadership on Innovation Processes and Activities. *Organizational Dynamics*, 38(1), 64–72. [Google Scholar](#)
- Peleckis, Kęstutis. (2014). International Business Negotiations: Innovation, Negotiation Team, Preparation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110(November), 64–73. [Google Scholar](#)
- Temouri, Yama, Shen, Kathy, Pereira, Vijay, & Xie, Xuanli. (2020). How do emerging market SMEs utilize resources in the face of environmental uncertainty? *BRQ Business Research Quarterly*. [Google Scholar](#)

**Copyright holder:**

Junedi, Adibah Yahya, Diana Sari (2021)

**First publication right:**

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

**This article is licensed under:**

