

HUBUNGAN SUMBER KEUANGAN DAN BUDAYA BISNIS KELUARGA DENGAN INOVASI PRODUK

Lukas Edward Tjantoko dan Dhyah Harjanti
Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
E-mail: lukas.edward@gmail.com ; dhyah@peter.petra.ac.id

Abstrak—Usaha Mikro dan Kecil(UMK) merupakan salah satu kontribusi ekonomi yang meningkatkan tingkat perekonomian di Jawa Timur. Bisnis ini biasanya dimulai dari keluarga, jadi dapat dikatakan bahwa banyak UMK yang tersebar adalah bisnis keluarga. Peningkatan jumlah UMK menuntut setiap UMK untuk bersaing dan bertahan. Inovasi produk merupakan salah satu cara untuk dapat bersaing dan bertahan. Penelitian ini bertujuan melihat bagaimana hubungan latar belakang bisnis keluarga dengan inovasi produk pada UKM keluarga di Jawa Timur.

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sample yang dilakukan adalah *purposive sampling*. Jumlah sample dalam penelitian ini adalah dari 163 responden. Rata-rata responden yang diteliti adalah laki-laki. Kelompok usia 25-35 tahun dan 46-55 tahun. Jenjang pendidikan SMA ke atas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan sumber keuangan UMK keluarga dengan inovasi produk. Dan, ada hubungan budaya bisnis UMK keluarga dengan inovasi produk.

Kata Kunci—UMK Keluarga, sumber keuangan, budaya bisnis, inovasi produk

I. PENDAHULUAN

Efek pertumbuhan ekonomi Indonesia nampaknya kian diperhitungkan dalam kancah internasional. Salah satu kontribusi masyarakat dalam mewujudkan ekonomi Indonesia yang berkembang dan bertumbuh adalah pada sektor Usaha Mikro dan Kecil(UMK).

Bisnis pada sektor ini umumnya dimulai dari keluarga. Peran keluarga dapat dilihat secara langsung, yaitu dengan adanya keterlibatan anggota keluarga, ataupun secara tidak langsung, misal dengan penyertaan modal dari anggota keluarga..

Perkembangan dan pertumbuhan perekonomian di Jawa Timur yang semakin meningkat menuntut bisnis keluarga di sektor ini untuk tetap *survive* dalam persaingan yang semakin ketat. Selain itu, peningkatan unit UMK di Jawa Timur juga membuat persaingan usaha semakin ketat sehingga para pelaku usaha harus berusaha untuk tetap bisa kompetitif(Rosihan, 2014).

Oleh karena itu, aktivitas berinovasi merupakan salah satu aktivitas yang vital untuk dilakukan oleh para pelaku bisnis keluarga di sektor ini. Penting karena lewat proses berinovasi,

para pengusaha pada sektor ini dapat bertahan sehingga dapat mempertahankan dan memajukan perekonomian daerah Jatim.

Salah satu aktivitas inovasi yang dapat dilakukan adalah inovasi produk. Persaingan pasar yang hiper kompetitif seperti sekarang ini menuntut perusahaan untuk terus menemukan dan meluncurkan *the next big thing* berupa produk baru yang berbeda dengan yang diluncurkan para pesaing.

Teori-teori yang berkaitan dalam penelitian ini misalnya, tentang kepemilikan perusahaan keluarga yang dilihat lewat saham (Susanto, 2005), lalu latar belakang bisnis pengusaha dalam perusahaan keluarga (Alma, 2008, Leon, 2007, dan Basu, 2007). Latar belakang bisnis keluarga menjelaskan bahwa pengusaha terpengaruh oleh anggota keluarga yang pernah dan/atau masih menjalankan usaha. Tentang inovasi produk, teori diambil dari teori inovasi produk yang diungkapkan Kotler dan Armstrong (2004). Inovasi produk memiliki tiga dimensi, yaitu dimensi gaya dan desain produk, fitur produk, dan kualitas produk. Dimensi gaya dan desain produk melihat dari kegunaan produk dan juga *packaging* produk. Dimensi fitur produk berfokus pada varian dari produk dan fitur yang dimiliki produk. Dimensi kualitas melihat pada pengendalian/kontrol kualitas, standard kualitas, dan pengembangan kualitas.

Melihat peran penting UMK keluarga dan aktivitas inovasi produk yang vital bagi keberlangsungan UMK keluarga, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan sumber keuangan dan budaya bisnis keluarga dengan inovasi produk pada UMK keluarga yang tersebar di provinsi Jawa Timur.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif secara kuantitatif. Populasi yang akan diteliti adalah seluruh bisnis keluarga di sektor UMK yang berada di wilayah Jawa Timur. Hasil sample dalam penelitian melalui penyebaran kuisioner adalah sebanyak 163 sample. Kuisioner dibagikan kepada responden berdasarkan teknik *purposive sampling*.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Jenis data penelitian adalah jenis data kuantitatif, dimana hasil data akan diolah secara statistik.

Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah dengan analisis statistik deskriptif, yaitu lewat distribusi frekuensi dan mean. Di dalam penelitian ini juga melihat hubungan antar variabel. Metode yang dipakai untuk melihat hubungan antar variabel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis *chi-square*.

Ada beberapa hipotesis yang muncul dalam penelitian ini, yaitu:

Dilihat dari sisi sumber keuangan UMK keluarga, diduga:

- Terdapat hubungan sumber keuangan UMK keluarga dengan perubahan pada fungsi produk
- Terdapat hubungan sumber keuangan UMK keluarga dengan perubahan pada *packaging* produk
- Terdapat hubungan sumber keuangan UMK keluarga dengan perubahan pada penambahan varian produk
- Terdapat hubungan sumber keuangan UMK keluarga dengan penambahan fitur produk
- Terdapat hubungan sumber keuangan UMK keluarga dengan perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas
- Terdapat hubungan sumber keuangan UMK keluarga dengan perubahan standard kualitas
- Terdapat hubungan sumber keuangan UMK keluarga dengan perubahan dalam pengembangan kualitas.

Kemudian dari sisi budaya bisnis UMK keluarga, diduga:

- Terdapat hubungan budaya bisnis UMK keluarga dengan perubahan pada fungsi produk
- Terdapat budaya bisnis UMK keluarga dengan perubahan pada *packaging* produk
- Terdapat budaya bisnis UMK keluarga dengan perubahan pada penambahan varian produk
- Terdapat budaya bisnis UMK keluarga dengan penambahan fitur produk
- Terdapat budaya bisnis UMK keluarga dengan perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas
- Terdapat budaya bisnis UMK keluarga dengan perubahan standard kualitas
- Terdapat budaya bisnis UMK keluarga dengan perubahan dalam pengembangan kualitas.

Uji hipotesis statistic chi-square dinyatakan sebagai berikut:

$H_0: \chi^2 = 0$, tidak terdapat hubungan antar variabel X dan variabel Y

$H_a: \chi^2 \neq 0$, terdapat hubungan antar variabel X dan variabel Y

Untuk variabel X, dalam penelitian ini adalah sumber keuangan UMK keluarga atau Budaya Bisnis UMK Keluarga. Untuk variabel Y, dalam penelitian ini adalah indikator-indikator dari inovasi produk yaitu, perubahan pada fungsi produk atau perubahan pada *packaging* produk atau perubahan pada penambahan varian produk atau penambahan fitur produk atau perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas atau perubahan standard kualitas, atau perubahan dalam pengembangan kualitas.

Kriteria pegujian hipotesis dengan metode chi-square adalah sebagai berikut:

- Jika $\alpha \leq p$, maka H_a ditolak.
 - Jika $\alpha > p$, maka H_a diterima.
- $\alpha = 0,05$ (nilai signifikansi)
 $p =$ signifikansi hitung hasil SPSS.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Responden pada penelitian ini mayoritas adalah laki-laki, yaitu sebanyak 104 responden laki-laki, sedangkan sisanya

sebesar 59 responden adalah wanita. Dominasi usia pada responden dalam penelitian ini adalah usia 25-35 tahun, dengan jumlah 45 orang, kemudian disusul dominasi usia 46-55 tahun, dengan jumlah 40 orang. Dominasi tingkat pendidikan ditunjukkan pada tingkat pendidikan perguruan tinggi, yaitu sebanyak 75 responden dan disusul tingkat pendidikan SMA, yaitu sebanyak 67 responden. Jadi dapat dikatakan bahwa sebanyak 142 responden adalah pengusaha yang berpendidikan karena telah menyelesaikan belajar 9 tahun (tingkat minimal belajar yang disarankan pemerintah Indonesia adalah 9 tahun berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 tahun 2008).

Pada penelitian ini ada tujuh *item* yang akan diuji validitasnya. Tujuh *item* ini merupakan indikator variabel inovasi produk yang diukur lewat skala likert. Karena diukur lewat skala likert maka jenis data untuk tiap *item* ini adalah data ordinal.

Tabel 1.
Uji Validitas

Item yang diuji	Hasil r hitung SPSS	Nilai r tabel	Keterangan
Perubahan pada fungsi produk	0,757	0,1538	Valid
Perubahan pada <i>packaging</i> produk	0,779	0,1538	Valid
Penambahan varian produk	0,793	0,1538	Valid
Penambahan fitur produk	0,816	0,1538	Valid
Perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas	0,849	0,1538	Valid
Perubahan standard kualitas	0,825	0,1538	Valid
Perubahan dalam pengembangan kualitas	0,835	0,1538	Valid

Ketujuh item indikator inovasi produk dinyatakan valid karena hasil nilai r hitung yang diproses lewat SPSS menunjukkan angka yang lebih besar dari r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa pengukuran yang diterapkan dalam penelitian ini menunjukkan alat ukur yang dapat mengukur dengan tepat.

Untuk uji reliabilitas pada indikator inovasi produk juga didapat reliabel karena hasil perhitungan SPSS, yaitu $0,909 > 0,60$ (lebih besar dari *cronbach alpha*).

Dari analisa distribusi frekuensi pada sumber keuangan UMK keluarga didapatkan bahwa, sumber keuangan UMK keluarga paling banyak adalah kombinasi dari orang tua, anggota keluarga, dan pasangan hidup, yaitu sebesar 70 UMK. Sumber dukungan finansial terbanyak ke dua adalah dari orang tua saja, yaitu sebesar 36 UMK. Kemudian, sumber finansial terbanyak ketiga adalah kombinasi orang tua dan anggota keluarga, sebanyak 23 UMK. Menyusul sisanya yaitu, dari pasangan hidup sebanyak 11 UMK, dari anggota keluarga sebanyak 9 UMK, dari orang tua dan pasangan hidup

sebanyak 7 UMK, dan yang terakhir dari anggota keluarga dan pasangan hidup sebanyak 7 UMK.

Analisis distribusi frekuensi selanjutnya melihat pada budaya bisnis UMK Keluarga. Budaya bisnis keluarga A adalah UMK keluarga yang memiliki latar belakang bisnis karena mereka (pengusaha) memiliki anggota keluarga yang pernah memiliki usaha/bisnis dan memiliki anggota keluarga yang masih memiliki usaha/bisnis. Budaya bisnis keluarga B adalah UMK keluarga yang memiliki latar belakang bisnis karena mereka (pengusaha) memiliki anggota keluarga yang pernah memiliki usaha/bisnis dan sudah tidak memiliki/menjalankan usaha/bisnis. Budaya bisnis keluarga C adalah UMK keluarga yang memiliki latar belakang bisnis karena mereka (pengusaha) memiliki anggota keluarga yang masih menjalankan/memiliki usaha/bisnis, meskipun tidak memiliki anggota keluarga yang pernah memiliki usaha/bisnis. Untuk pengusaha yang tidak memiliki anggota keluarga yang pernah dan masih memiliki UMK, maka mereka termasuk dalam kelompok UMK keluarga yang tidak memiliki budaya bisnis keluarga.

Tabel 2.
Deskripsi Budaya Bisnis UMK Keluarga

Jenis Latar Belakang Bisnis	Frekuensi
Budaya bisnis keluarga A (LB A)	147 UMK
Budaya bisnis keluarga B (LB B)	5 UMK
Budaya bisnis keluarga C (LB C)	1 UMK
Tidak memiliki budaya bisnis keluarga	10 UMK

Dari perhitungan frekuensi lewat program SPSS, dapat dilihat bahwa UMK keluarga yang diteliti dalam penelitian ini hampir seluruhnya memiliki jenis latar belakang bisnis keluarga A, yaitu memiliki anggota keluarga yang pernah dan masih memiliki usaha/bisnis. Hal ini ditunjukkan lewat jumlah UMK keluarga yang memiliki jenis latar belakang bisnis keluarga A, yaitu sebesar 147. Jadi sekitar 90% UMK keluarga memiliki jenis latar belakang bisnis keluarga A.

Penggambaran indikator inovasi akan dijelaskan melalui 3 kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Kategori ini dibuat berdasarkan perhitungan :

$$Interval\ Kelas = \frac{Nilai\ Tertinggi - nilai\ Terendah}{Jumlah\ Kelas} = \frac{5-1}{3} = 1,33 \quad (1)$$

Dari perhitungan interval kelas 1,33 kemudian disusun kriteria rata-rata jawaban responden dengan ketentuan dibawah ini yang kemudian diolah meannya untuk menentukan kategorinya:

Tabel 3.
Kategori Rata-Rata Jawaban Responden

Interval	Kategori
3.66 < a =<4.99	Tinggi(T)
2.33 < a =<3.66	Sedang(S)
1 < a =<2.33	Rendah (R)

Dibawah ini akan dipaparkan nilai mean(rata-rata) dari tiap indikator inovasi dan kategorinya.

Tabel 4.
Mean dari Indikator Inovasi Produk

Indikator Inovasi	Nilai Mean	Kategori
Perubahan pada fungsi produk	2,72	S
Perubahan pada packaging produk	2,74	S
Penambahan varian produk	3,23	S
Penambahan fitur produk	3,09	S
Perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas	3,85	T
Perubahan standar kualitas	3,88	T
Perubahan dalam pengembangan kualitas	3,71	T

Majalah Eksekutif dalam website jakartaconsulting.com memaparkan bahwa dalam banyak kasus perusahaan keluarga, perusahaan dan produk itu mempengaruhi identitas anggota keluarga. Hal ini menimbulkan asosiasi dimana jika produk yang dihasilkan jelek/cacat itu merefleksikan anggota keluarga mereka. Sehingga seringkali keluarga tidak tertarik untuk memperoleh keuntungan jangka pendek yang dapat merusak nama baik. Hal ini membawa dampak positif terhadap kualitas pada produk yang mereka hasilkan. Itulah mengapa pola yang terbentuk dalam UMK keluarga cenderung tinggi terhadap indikator kualitas produk.

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan sumber keuangan UMK keluarga terhadap indikator inovasi produk dalam kategori.

Tabel 5.
Perbandingan Mean Indikator Inovasi Produk pada UMK Keluarga Berdasarkan Sumber Keuangan

Sumber Keuangan UMK Keluarga	I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7	
	Mean	Kategori												
DF1	3.17	S	3.25	S	3.69	T	3.58	S	4.28	T	4.22	T	4.06	T
DF2	2.83	S	2.65	S	2.7	S	2.65	S	3.7	T	3.78	T	3.57	S
DF3	1.86	R	1.86	R	2.57	S	2.57	S	3.43	S	3.14	S	3.29	S
DF4	2	R	2.67	S	3.33	S	3	S	4.11	T	4	T	4	T
DF5	1.43	R	1.29	R	2.29	R	1.86	R	2.71	S	3	S	2.57	S
DF6	2	R	2	R	2.64	S	2.73	S	3.55	S	3.64	S	3.36	S
DF7	2.89	S	2.86	S	3.4	S	3.21	S	3.84	T	3.91	T	3.74	T

Keterangan Tabel 5. :

- DF 1 : sumber keuangan UMK keluarga dari orang tua.
- DF 2 : sumber keuangan UMK keluarga dari orang tua dan anggota keluarga.
- DF 3 : sumber keuangan UMK keluarga dari orang tua dan pasangan hidup.
- DF 4 : sumber keuangan UMK keluarga dari anggota keluarga.
- DF 5 : sumber keuangan UMK keluarga dari anggota keluarga dan pasangan hidup.
- DF 6 : sumber keuangan UMK keluarga dari pasangan hidup.
- DF 7 : sumber keuangan UMK keluarga dari orang tua, anggota keluarga, dan pasangan hidup.
- I1: perubahan pada fungsi produk

- I2: perubahan pada packaging produk
- I3: perubahan pada varian produk
- I4: penambahan pada fitur produk
- I5: perubahan pada pengendalian/ kontrol kualitas
- I6: perubahan standard kualitas
- I7: perubahan dalam pengembangan kualitas

Ada suatu pola terbentuk berdasarkan tabel 5. bahwa dukungan finansial dari orang tua dan pasangan hidup (DF 3), anggota keluarga dan pasangan hidup (DF 5) dan dari pasangan hidup saja (DF 6) cenderung sedang dan rendah. Berbeda dengan dukungan finansial sisanya yang cenderung sedang dan tinggi.

Soekartawi (1988) berpendapat bahwa proses adopsi inovasi itu tidak terlepas dari pengaruh interaksi antara individu, anggota masyarakat, atau kelompok masyarakat, juga pengaruh dari interaksi antar kelompok dalam suatu masyarakat. Soekartawi menunjukkan bahwa seorang petani yang berkeluarga lebih sulit mengambil keputusan dalam hal berinovasi dibandingkan dengan petani yang tidak berkeluarga. Hal ini disebabkan karena keputusan berinovasi mempengaruhi penghasilan dari pertanian sehingga berdampak pada keluarga.

Jadi dapat disimpulkan bahwa peran anggota keluarga dalam bisnis ikut mempengaruhi UMK keluarga dalam berinovasi.

Di bawah ini adalah tabel yang menunjukkan performa UMK keluarga dalam inovasi produk melalui kategori yang sudah dijelaskan di atas.

Tabel 6.
Perbandingan Mean Indikator Inovasi Produk pada UMK Keluarga Berdasarkan Budaya Bisnis UMK Keluarga

Budaya Bisnis UMK Keluarga	I1		I2		I3		I4		I5		I6		I7	
	Mean	Kate gori												
Budaya Bisnis Keluarga A	2.77	S	2.78	S	3.27	S	3.13	S	3.89	T	3.92	T	3.78	T
Budaya Bisnis Keluarga B	2.6	S	3	S	3.8	T	3.8	T	4.2	T	4.2	T	3.8	T
Budaya Bisnis Keluarga C	5	T	5	T	5	T	5	T	5	T	5	T	5	T
Tidak ada budaya bisnis keluarga	1.9	R	1.8	R	2.2	R	1.9	R	2.9	S	3	S	2.5	S

UMK keluarga yang tidak memiliki jenis latar belakang bisnis keluarga cenderung tidak melakukan inovasi produk. Hal ini dapat ditunjukkan bahwa rata-rata mereka melakukan inovasi produk masuk pada kategori sedang dan rendah. Empat dari tujuh indikator inovasi produk masuk dalam kategori rendah, sedangkan sisa tiganya masuk dalam kategori sedang.

Menurut Robson et al. (2011) pengusaha yang memiliki latar belakang bisnis, misalnya seperti anggota keluarga yang pernah memiliki/menjalankan bisnis, mempengaruhi pengusaha dalam bertindak dan mengambil keputusan. Jika

mereka sebagai pengusaha yang baru pertamakali terjun ke dalam dunia bisnis, mereka lebih siap daripada pengusaha “amatir” lainnya karena pengalaman mereka melihat anggota keluarga mereka dalam menjalankan bisnis. Mereka dapat melihat bagaimana persaingan dalam keunggulan kompetitif, khususnya dalam inovasi produk, mempengaruhi bagaimana bisnis harus berjalan dan bertahan.

Hasil nilai signifikansi dari uji chi-square yang diproses lewat program SPSS menentukan apakah terdapat hubungan atau tidak antara dua indikator yang diuji.

Jika nilai signifikansi $0,05 \leq$ nilai signifikansi hitung, maka menolak H_a . Sedangkan untuk nilai signifikansi $0,05 >$ dari nilai signifikansi hitung, maka keputusan yang diambil adalah menerima H_a .

Uji hipotesis dengan uji chi-square dilakukan pada dua indikator latar belakang bisnis keluarga yaitu, sumber dukungan finansial dan jenis latar belakang bisnis keluarga dengan tujuh indikator inovasi produk yaitu, perubahan pada fungsi produk, perubahan pada packaging produk, penambahan varian produk, penamahan fitur produk, perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas, perubahan standar kualitas, dan perubahan dalam pengembangan kualitas.

Tabel 7.
Uji Chi-Square Sumber Keuangan UMK Keluarga dengan Inovasi Produk

Indikator Inovasi	Nilai Signif ikansi	Nilai Signifikansi Hitung	Keputusan
Perubahan pada fungsi produk	0,05	0,163	H_a ditolak
Perubahan pada packaging produk	0,05	0,012	H_a diterima
Penambahan varian produk	0,05	0,003	H_a diterima
Penambahan fitur produk	0,05	0,027	H_a diterima
Perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas	0,05	0,022	H_a diterima
Perubahan standard kualitas	0,05	0,139	H_a ditolak
Perubahan dalam pengembangan kualitas	0,05	0,464	H_a ditolak

Hipotesis berdasarkan tabel 7. di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Tidak terdapat hubungan antara sumber keuangan UMK keluarga dengan perubahan pada fungsi produk.
- Terdapat hubungan antara sumber keuangan UMK keluarga dengan perubahan pada packaging produk.
- Terdapat hubungan antara sumber keuangan UMK keluarga dengan perubahan pada penambahan varian produk.
- Terdapat hubungan antara sumber keuangan UMK keluarga dengan penambahan fitur produk

- Terdapat hubungan antara sumber keuangan UMK keluarga dengan perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas.
- Tidak terdapat hubungan antara sumber keuangan UMK keluarga dengan perubahan standard kualitas.
- Tidak terdapat hubungan antara sumber keuangan UMK keluarga dengan perubahan dalam pengembangan kualitas.

Selanjutnya akan dijelaskan tabel 8 yang menunjukkan hasil uji chi-square dari program SPSS terhadap budaya bisnis keluarga dengan inovasi produk.

Tabel 8.
Uji Chi-Square Budaya Bisnis UMK keluarga dengan Inovasi Produk

Indikator Inovasi	Nilai Signifikan	Nilai Signifikan Hitung	Keputusan
Perubahan pada fungsi produk	0,05	0,016	H _a diterima
Perubahan pada packaging produk	0,05	0,002	H _a diterima
Penambahan varian produk	0,05	0,071	H _a ditolak
Penambahan fitur produk	0,05	0,002	H _a diterima
Perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas	0,05	0,332	H _a ditolak
Perubahan standard kualitas	0,05	0,591	H _a ditolak
Perubahan dalam pengembangan kualitas	0,05	0,010	H _a diterima

Dari tabel 8. di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Terdapat hubungan antara budaya bisnis UMK keluarga dengan perubahan pada fungsi produk.
- Terdapat hubungan antara budaya bisnis UMK keluarga dengan perubahan pada packaging produk.
- Tidak terdapat hubungan antara budaya bisnis UMK keluarga dengan perubahan pada penambahan varian produk.
- Terdapat hubungan antara budaya bisnis UMK keluarga dengan penambahan fitur produk.
- Tidak terdapat hubungan budaya bisnis UMK keluarga dengan perubahan pada pengendalian/kontrol kualitas.
- Tidak terdapat hubungan budaya bisnis UMK keluarga dengan perubahan standard kualitas.
- Terdapat hubungan antara budaya bisnis UMK keluarga dengan perubahan dalam pengembangan kualitas.

IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Ada hubungan sumber keuangan UMK keluarga dengan inovasi produk. Hal ini ditunjukkan lewat hasil perbandingan rata-rata indikator inovasi produk yang dilakukan oleh UMK keluarga berdasarkan sumber keuangannya. UMK keluarga

yang mendapat dukungan secara finansial dari orang tua dan pasangan hidup, anggota keluarga dan pasangan hidup, dan pasangan hidup saja cenderung sedang ke rendah dibandingkan UMK keluarga lainnya yang cenderung sedang ke tinggi.

Budaya bisnis UMK keluarga juga menunjukkan hubungan dengan inovasi produk. UMK keluarga yang tidak memiliki budaya bisnis cenderung sedang ke rendah dalam berinovasi jika dibandingkan dengan UMK keluarga yang memiliki budaya bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2008). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Basu, A., & Virick, M. (2007). *Assesing Entrepreneurial Intentios Among Students: A Comparative Study*. Peer-Reviewed Papers, 71-86.
- Leon, J.A., Descals, F.J., & Dominguez, J.F. (2007). *The Psychosocial Profile Of The University Entrepreneur*. *Journal of Psychology in Spain*, 11(1), 72-84.
- Majalah Eksekutif. (n.d.) *Budaya Perusahaan Keluarga*. Retrieved June 22, 2014 from <http://www.jakartaconsulting.com/publications/articles/family-business/budaya-perusahaan-keluarga>
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 tahun 2008
- Robson, P. J., A., Akuetteh, C. K., Westhead, P., & Wright, M. (2012). Innovative opportunity pursuit, human capital and business ownership experience in an emerging region: Evidence from ghana. *Small Business Economics*, 39(3), 603-625.
- Rosihan. 2014. *Jumlah Pelaku UKM di Jatim Meningkatkan Tajam*. Retrieved March 26, 2014 from <http://www.bangsaonline.com/berita/195/jumlah-pelaku-ukm-di-jatim-meningkat-tajam>
- Soekartawi. 1988. *Prinsip Dasar Komunikasi Pertanian*. UI Press. Jakarta
- Susanto, A.B. (2005). *World Class Family Business*. Jakarta: Penerbit Quantum Bisnis dan Manajemen.