
PENGARUH *ENTREPRENEURIAL LEADERSHIP* TERHADAP *PRODUCT INNOVATION* PADA INDUSTRI MAKANAN DI YOGYAKARTA

Dwi Wahyu Pril Ranto
Akademi Manajemen Administrasi YPK Yogyakarta
email : *dwi_lombok@yahoo.com*

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Entrepreneurial Leadership which consists of the dimensions of Able to Motivate, Visionary, Proactive, Innovative, Risk Taking, Achievement Oriented, Persistence partially and simultaneously to product innovation.

The population in this study is the SMEs engaged in food in the city of Yogyakarta. The sampling technique is used purposive sampling with the sample criteria that is the owners of SMEs or managers who have 1 (one) year running its business, because it is considered the entrepreneurs of UMKM have been able to survive and run their business well. In addition, this study also uses convenience sampling technique that is sampling because of the convenience factor.

Data analysis tool used in this research is multiple regression analysis. Based on the results of the research, it is found that the dimensions of Entrepreneurial Leadership consisting of dimensions of Able to Motivate, Visionary, Proactive, Innovative, Risk Taking, Achievement Oriented, Persistence partially and simultaneously have influence on product innovation.

Kata kunci : *Entrepreneurial Leadership, Able to Motivate, Visionary, Proactive, innovativeness, Risk Taking, Achievement Oriented, Persistence, product innovation.*

PENDAHULUAN

Peran *Entrepreneurial Leadership* sangatlah penting untuk diterapkan dalam suatu kewirausahaan, karena hal itu merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam perusahaan. Kepemimpinan adalah kekuatan utama yang dibutuhkan untuk melakukan perubahan yang berhasil. Pemimpin harus memberdayakan karyawannya untuk merealisasikan visi. Salah satu faktor penting yang berpengaruh dalam keberhasilan seorang *entrepreneur* dalam menggerakkan orang lain dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaannya adalah memberikan dorongan kepada karyawannya untuk melakukan pembaharuan (inovasi). Inovasi menjadi salah satu karakter yang menonjol pada kewirausahaan (Drucker, 1985) dan inovasi dipandang sebagai faktor kunci bagi keberlangsungan dan daya saing sebuah negara atau organisasi.

Ancok (2009) mengartikan perilaku inovatif adalah intensi untuk menciptakan, memperkenalkan, dan mengaplikasikan ide baru dalam kelompok dan organisasi, yang dimaksudkan untuk mengoptimalkan kinerja kelompok dan organisasi. Dalam konteks

kewirausahaan, perilaku inovatif adalah perilaku dalam mengkreasikan dan mengkombinasikan sesuatu yang baru, apakah dalam bentuk produk atau jasa yang mampu memberikan nilai tambah sosial dan ekonomis. Perilaku tersebut terdiri atas menghasilkan ide, mendiskusikan ide, dan merealisasikan ide dalam bentuk produk atau jasa.

Salah satu aspek yang dibahas dalam penelitian ini adalah kepemimpinan kewirausahaan dari seorang wirausaha dalam menjalankan bisnis mereka. Menurut Basrowi (2009) mengatakan, bahwa kemampuan orang dalam berkeaktivitas juga dapat diterapkan dalam kewirausahaan, kemampuan seseorang untuk memimpin harus diimbangi oleh perilaku tertentu juga dikenal sebagai kewirausahaan dimensi inovasi. Aspek-aspek *entrepreneurial leadership* tersebut adalah *Able to Motivate, Visionary, Proactive, innovativeness, Risk Taking, Achievement Oriented, Persistence*. Sedangkan aspek-aspek *product innovation* tersebut adalah *radical innovation* dan *incremental Innovation*.

Menurut Currie, *et al* (2008) *product innovation* dan *entrepreneurial leadership* adalah proses yang holistik, hidup saling melengkapi. Sedangkan Shane & Venkataraman (2000) mengatakan bahwa *entrepreneurial leadership* dan *product innovation* memiliki hubungan yang sangat erat dalam menciptakan suatu produk yang unggul. Menurut Mehrad, *et al* (2011) mengatakan, bahwa *entrepreneurial leadership* terlihat nyata pada produk dan proses inovasi. Mendeskripsikan *entrepreneurial leadership* sebagai sebuah proses praktek dan aktivitas pengambilan keputusan yang menuju entri baru.

Dari uraian beberapa literatur di atas sangat menekankan bahwa seorang wirausahawan yang memiliki *Entrepreneurial Leadership* yang baik akan merekayasa ulang sistem-sistem yang ada, sehingga menghasilkan gabungan sumber daya produktif yang benar-benar baru. Dalam hal ini para pelaku UMKM dituntut agar mampu merancang strategi-strategi bisnis untuk merespon lingkungan usaha secara proaktif sehingga dapat terus berkompetisi dengan menciptakan produk baru.

Pada penelitian ini, penulis membahas tentang keterkaitan antara *entrepreneurial leadership* dan *product innovation* pada UMKM yang bergerak pada sektor makanan yang ada di Kota Yogyakarta. Yogyakarta sebagai kota pendidikan dan kota pariwisata banyak menyajikan berbagai jenis makanan. Untuk itu dalam penelitian ini dilihat peran dari *entrepreneurial leadership* dalam menghasilkan produk yang inovatif.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh *Entrepreneurial Leadership* yang terdiri dari dimensi *Able to Motivate, Visionary, Proactive, innovativeness, Risk Taking, Achievement Oriented, Persistence* secara parsial dan serentak terhadap *product innovation*.

TINJAUAN PUSTAKA

Entrepreneurial Leadership

1. Pengertian *Entrepreneurial Leadership*

Frances (2004) mendefinisikan kepemimpinan berbasis kewirausahaan sebagai kepemimpinan yang mencakup upaya perubahan organisasi, sebagai kebalikan dari kepemimpinan untuk mempertahankan status quo. Untuk melakukan suatu perubahan organisasi adalah adanya sistem yang kondusif bagi terciptanya pendidikan organisasi yang secara cepat dan pasti menciptakan SDM yang berkualitas tinggi dan unggul, kemampuan seorang pemimpin yang mempunyai kreativitas, kemauan, kemampuan, dan keberanian untuk melakukan perubahan strategis. Proses yang demikian itu menunjukkan adanya kualitas, semangat dan jiwa seorang pemimpin yang mempunyai kepemimpinan “entrepreneurial leadership”.

Winardi (2008) menjelaskan *Entrepreneurial Leadership* adalah *Entrepreneur* yang inovatif beres eksperimen secara agresif, dan mereka terampil mempraktekkan transformasi-tranformasi kemungkinan-kemungkinan atraktif. Terdapat lima ciri di dalam perusahaan yang dijalankan dengan *Entrepreneurial Leadership*, yaitu: (1) Orientasi yang didorong persepsi peluang, (2) Komitmen terhadap peluang-peluang, (3) Komitmen sumber-sumber daya, (4) Pengendalian sumber – sumber daya, dan (5) Visi yang Realistik.

2. Indikator *Entrepreneurial Leadership*

Untuk mengukur *Entrepreneurial Leadership* digunakan indikator yang dikembangkan dari penelitian Lee dan Tsang (2001) yang terdiri dari: *Able to Motivate, Visionary, Proactive, innovativeness, Risk Taking, Achievement Oriented, Persistence*.

Product innovation

1. Pengertian *Product innovation*

Inovasi merupakan sebuah pengenalan peralatan, sistem, hukum, produk atau jasa, teknologi proses produksi yang baru, sebuah struktur atau system administrasi yang baru, atau program perencanaan baru yang untuk diadopsi sebuah organisasi (Damanpour, 1991). Selain itu, inovasi mengacu pada suatu sikap wirausahawan untuk terlibat secara kreatif dalam proses percobaan terhadap gagasan baru yang memungkinkan menghasilkan metode produksi baru sehingga menghasilkan produk atau jasa baru, baik untuk pasar sekarang maupun ke pasar baru.

Product innovation dapat dijelaskan sebagai kecenderungan manajemen organisasi untuk memperbarui bisnis atau produk mereka (Lumpkin dan Dess (1996). Selain itu, inovasi dapat juga dijelaskan sebagai konsep yang membahas penerapan gagasan, produk atau proses yang baru (Amabile *et al*, 1996). Inovasi adalah konsep yang lebih luas yang membahas penerapan

gagasan, produk atau proses yang baru. Istilah inovasi merupakan proses untuk mengkreasikan dan mengkombinasikan sesuatu yang baru, apakah dalam bentuk produk, jasa, sistem, dan kebijakan yang memberikan nilai tambah sosial dan ekonomis (Adair, 1996).

2. Indikator *product innovation*

Adapun ciri – ciri yang dapat menunjukkan bahwa sebuah perusahaan melakukan inovasi adalah mendukung munculnya gagasan produk baru, mendukung kreativitas bagi munculnya produk baru, mencoba proses bisnis baru. Adapun indikator–indikator yang digunakan untuk mengukur *product innovation* adalah *radical Innovation dan incremental Innovation*.

Radical innovation dan *incremental innovation* dapat didefinisikan sebagai derajat perubahan yang dibuat perusahaan dalam pelaksanaan adopsi. *Radical Innovation* adalah *reorientation* dan *nonroutine* inovasi yang merupakan prosedur dasar aktivitas Perusahaan dan menunjukkan permulaan yang jelas dari sebuah pelaksanaan inovasi. Sedangkan *incremental innovation* adalah inovasi yang bersifat rutin, bervariasi dan instrumental (Damanpour, 1991).

Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berikut adalah beberapa hasil penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini:

Penelitian yang dilakukan oleh Shane & Venkataraman (2000) mengatakan bahwa *entrepreneurial leadership* dan *product innovation* memiliki hubungan yang sangat erat dalam menciptakan suatu produk yang unggul. Penelitian yang dilakukan oleh Mehrad, *et al* (2011) mengatakan, bahwa *entrepreneurial leadership* terlihat nyata pada produk dan proses inovasi. Jong and Hartog (2007), menemukan bahwa pemimpin mempengaruhi perilaku inovatif karyawan baik melalui tindakan yang disengaja ataupun tidak, mereka bertujuan untuk merangsang generasi ide dan aplikasi serta lebih umum, perilaku mereka sehari-hari. Sedangkan menurut Currie, *et al* (2008) dalam penelitiannya diperoleh hasil bahwa *product innovation* dan *entrepreneurial leadership* adalah proses yang holistik, hidup saling melengkapi. Sehingga kedua variabel ini saling mendukung untuk terciptanya kebaruan dalam penciptaan produk baru.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang dapat disusun dalam penelitian ini adalah:

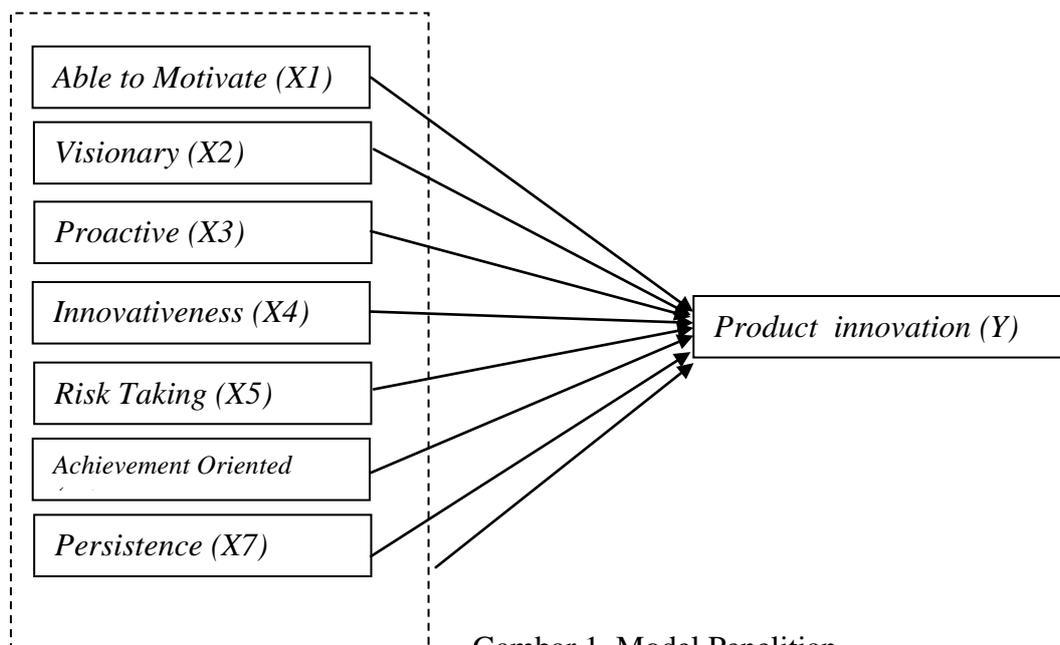
- H1 : Diduga *Able to Motivate* berpengaruh positif terhadap *product innovation*
- H2 : Diduga *Visionary* berpengaruh positif terhadap *product innovation*
- H3 : Diduga *Proactive* berpengaruh positif terhadap *product innovation*
- H4 : Diduga *Innovativeness* berpengaruh positif terhadap *product innovation*

innovation

- H5 : Diduga *Risk Taking* berpengaruh positif terhadap *product innovation*
- H6 : Diduga *Achievement Oriented* berpengaruh positif terhadap *product innovation*
- H7 : Diduga *Persistence* berpengaruh positif terhadap *product innovation*
- H8 : Diduga *Able to Motivate, Visionary, Proactive, innovativeness, Risk Taking, Achievement Oriented, Persistence* secara serentak berpengaruh positif terhadap *product innovation*

Kerangka Konseptual

Model konseptual penelitian yang dapat disusun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM yang bergerak dibidang makanan di Kota Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria sampel yaitu para pemilik UMKM atau manajer yang telah 1 (satu) tahun menjalankan usahanya, karena dianggap para pelaku UMKM ini telah mampu bertahan dan menjalankan usahanya dengan baik. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teknik *convenience sampling* yaitu pengambilan sampel karena faktor kemudahan.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban dari para pemilik usaha atau manajer yang menjalankan usaha tersebut.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode survei. Metode survei merupakan metode penelitian yang dilaksanakan dengan mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner (Sekaran, 2000). Kuesioner disampaikan secara langsung oleh peneliti kepada responden dan dikembalikan lagi kepada peneliti.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Independen

Pada penelitian ini variabel independennya yaitu *entrepreneurial leadership*. *Entrepreneurial leadership* adalah *entrepreneur* yang inovatif beres eksperimen secara agresif, dan mereka terampil mempraktekkan transformasi-tranformasi kemungkinan-kemungkinan atraktif (Winardi, 2008). Dalam penelitian ini *entrepreneurial leadership* diukur dalam 7 dimensi, yang semuanya dapat operasionalkan sebagai berikut:

1. *Able to motivate*
 - a. Dapat memacu semangat kerja orang lain untuk menghasilkan kinerja yang maksimal
 - b. Dapat mengarahkan orang lain untuk bekerja dengan tepat
2. *Visionary*
 - a. Memiliki gambaran usaha yang digeluti dimasa depan
 - b. Mampu menceritakan kepada orang lain tentang bisnis yang digeluti
 - c. Mampu mengkomunikasikan harapan tentang bisnis yang digeluti kepada orang lain.
 - d. Mampu meyakinkan orang lain tentang bisnis yang dijalani
3. *Proactive*
 - a. Memberikan respon positif terhadap peristiwa yang terjadi
 - b. Mampu melihat dan membaca peluang yang terjadi di pasar
 - c. Bertindak lebih cepat dalam merespon perubahan yang terjadi
4. *Inovativeness*
 - a. Aktif dalam mencari ide tentang produk atau proses bisnis yang baru
 - b. Mengajak orang lain untuk bersama-sama berpikir guna menemukan produk atau proses bisnis yang baru

- c. Mendorong orang lain untuk kreatif dalam menciptakan produk atau proses bisnis yang baru

5. *Risk Taking*

- a. Bersedia menanggung kemungkinan terjadinya kerugian materi, seperti bangunan, mesin, kendaraan.
- b. Bersedia menanggung kemungkinan terjadinya kerugian finansial seperti uang dan tabungan dalam bekerja.

6. *Achievement Oriented*

- a. Memberikan perhatian yang lebih kepada bisnis yang digeluti
- b. Mau mengawasi proses bisnis dari hulu-hilir
- c. Mau mengganti rencana yang telah direncanakan

7. *Persistence*

- a. Memiliki daya tahan terhadap tekanan pekerjaan
- b. Bertindak kongrit saat ada hambatan timbul
- c. Gigih bertindak mengatasi hambatan sesulit apapun

Variabel Dependen

Pada penelitian ini variabel dependennya yaitu *product innovation*. *Product innovation* dapat dijelaskan sebagai konsep yang membahas penerapan gagasan, produk atau proses yang baru (Amabile, 1996). Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur *product innovation* adalah *radical innovation* dan *incremental innovation*, yang semuanya dapat dioperasionalkan sebagai berikut:

1. *Radical Innovation*.

- a. Menciptakan produk baru yang sebelumnya tidak pernah ada dipasaran
- b. Memperkenalkan konsep-konsep dan fungsi-fungsi baru atas produk yang dihasilkan
- c. Memperkenalkan dan mengembangkan produk dengan menggunakan teknologi/metode produksi baru
- d. Memperkenalkan produk baru dengan tujuan untuk membuka peluang baru

2. *Incremental Innovations*.

- a. Menciptakan produk baru yang belum pernah dihasilkan oleh perusahaan, tetapi produk tersebut telah ada dipasaran.
- b. Memperkenalkan variasi produk baru, guna melengkapi produk yang telah ada sebelumnya.
- c. Mengubah dan/atau memperbaiki tampilan produk, seperti model/bentuk dan kemasan produk

- d. Mengubah dan/atau memperbaiki proses pengelolaan usaha, termasuk proses pelayanan kepada konsumen.

Hasil Uji Kualitas Instrumen

Pengujian kualitas instrumen penelitian dilakukan untuk mengetahui bahwa suatu alat ukur telah memenuhi persyaratan uji validitas dan reliabilitas. Setelah instrumen penelitian diuji kualitasnya maka dapat dinyatakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur telah menjalankan fungsi ukurnya yaitu instrumen tersebut dapat menjadi alat pengukur yang valid dan stabil dalam mengukur suatu gejala yang ada.

Berdasarkan uji validitas dengan menggunakan korelasi *Product Moment*, dengan bantuan program SPSS for windows versi 20, instrumen penelitian dalam penelitian ini dinyatakan valid karena nilai signifikansi lebih kecil dari 5%, atau alat ukur yang digunakan untuk mengukur telah tepat dan cermat dalam melakukan fungsi ukurnya. Sedangkan berdasarkan uji reliabilitas dapat dinyatakan bahwa alat ukur yang digunakan untuk mengukur dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6. Atau alat ukur yang digunakan untuk mengukur dinyatakan konsisten dalam melakukan fungsi ukurnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pada pembahasan berikut disampaikan profil responden yang meliputi jenis kelamin, pendidikan, usia. Berdasarkan 75 kuesioner yang telah terkumpul, maka berikut adalah hasil pengolahan data dan selanjutnya dapat diketahui karakteristik respondennya.

Dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki yaitu berjumlah 42 orang atau 56%, sedangkan responden perempuan adalah berjumlah 33 orang atau 44%.

Berdasarkan tingkat pendidikan dapat diketahui responden dalam penelitian ini pendidikannya SMA yaitu berjumlah 36 orang atau 48%, responden yang pendidikannya Diploma berjumlah 29 orang atau 38% dan responden yang pendidikannya Sarjana berjumlah 10 orang atau 14%.

Sedangkan berdasarkan usia dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini berusia antara 20 tahun - 30 tahun berjumlah 29 orang atau 38.6%, sedangkan responden berusia di atas 30 tahun - 40 tahun berjumlah 22 orang atau 29.4%, di atas 40 tahun – 50 tahun berjumlah 19 orang atau 25.4%, dan di atas 50 tahun berjumlah 5 orang atau 6.6%.

Hasil Pengujian Hipotesis

Berikut adalah hasil pengujian hipotesis pengaruh variabel *entrepreneurial leadership* terhadap *product innovation*.

Tabel 1
Hasil Regresi Berganda

Variabel	Standardized Coefficients	Sig.	Ket.
<i>Able to Motivate</i>	0,159	0,013	Signifikan
<i>Visionary</i>	0,151	0,031	Signifikan
<i>Proactive</i>	0,234	0,022	Signifikan
<i>Innovativeness</i>	0,104	0,033	Signifikan
<i>Risk Taking</i>	0,112	0,040	Signifikan
<i>Achievement Oriented</i>	0,253	0,014	Signifikan
<i>Persistence</i>	0,140	0,039	Signifikan
Adjusted R ² = 0,909		Sig. F hitung = 0.000	

Pembahasan

Berdasarkan Tabel 1 dapat dijelaskan bahwa *Able to Motivate* berpengaruh signifikan terhadap *product innovation*. Hasil ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang dimiliki di bawah 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 dalam penelitian ini diterima.

Untuk dimensi *Visionary* dapat dijelaskan bahwa *Visionary* berpengaruh signifikan terhadap *product innovation*. Hasil ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang dimiliki di bawah 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 dalam penelitian ini diterima.

Untuk dimensi *Proactive* dapat dijelaskan bahwa *Proactive* berpengaruh signifikan terhadap *product innovation*. Hasil ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang dimiliki di bawah 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 dalam penelitian ini diterima.

Untuk dimensi *innovativeness* dapat dijelaskan bahwa *innovativeness* berpengaruh signifikan terhadap *product innovation*. Hasil ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang dimiliki di bawah 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 dalam penelitian ini diterima.

Untuk dimensi *Risk Taking* dapat dijelaskan bahwa *Risk Taking* berpengaruh signifikan terhadap *product innovation*. Hasil ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang dimiliki di bawah 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 dalam penelitian ini diterima.

Untuk dimensi *Achievement Oriented* dapat dijelaskan bahwa *Achievement Oriented* berpengaruh signifikan terhadap *product innovation*. Hasil ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang dimiliki di bawah 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 dalam penelitian ini diterima.

Untuk dimensi *Persistence* dapat dijelaskan bahwa *Visionary* berpengaruh signifikan terhadap *product innovation*. Hasil ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang dimiliki di bawah 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 7 dalam penelitian ini diterima.

Untuk pengujian secara serentak (uji F) dapat dijelaskan bahwa *entrepreneurial leadership* yang terdiri dari *Able to Motivate, Visionary, Proactive, innovativeness, Risk Taking, Achievement Oriented, Persistence* secara serentak berpengaruh signifikan terhadap *product innovation*. Hasil ini dapat ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang dimiliki di bawah 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 8 dalam penelitian ini diterima.

Sedangkan nilai *adjusted R²* sebesar 0.909 menunjukkan bahwa *Able to Motivate, Visionary, Proactive, innovativeness, Risk Taking, Achievement Oriented, Persistence* mampu menjelaskan *product innovation* sebesar 90,9 % dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas maka pembahasan yang dapat dilakukan adalah bahwa *Able to Motivate, Visionary, Proactive, innovativeness, Risk Taking, Achievement Oriented, Persistence* merupakan prediktor *product innovation*. Temuan ini menunjukkan bahwa *entrepreneurial leadership* yang terdiri dari *Able to Motivate, Visionary, Proactive, innovativeness, Risk Taking, Achievement Oriented, Persistence* mampu mempengaruhi *product innovation*.

Penelitian yang dilakukan oleh Shane & Venkataraman (2000) mendukung hasil penelitian ini, dimana hasil penelitiannya menjelaskan bahwa *entrepreneurial leadership* dan *product innovation* memiliki hubungan yang sangat erat dalam menciptakan suatu produk yang unggul. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Jong and Hartog (2007) menemukan bahwa pemimpin mempengaruhi perilaku inovatif karyawan baik melalui tindakan yang disengaja ataupun tidak, pemimpin memiliki bertujuan untuk merangsang generasi ide dan aplikasi serta lebih umum, perilaku mereka sehari-hari. Sedangkan menurut Currie, *et al* (2008) dalam penelitiannya diperoleh hasil bahwa *product innovation* dan *entrepreneurial leadership* adalah proses yang holistik, hidup saling melengkapi. Sehingga kedua variabel ini saling mendukung untuk terciptanya kebaruan dalam penciptaan produk baru.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa secara parsial *entrepreneurial leadership* yang terdiri dari *Able to Motivate, Visionary, Proactive, innovativeness, Risk Taking, Achievement Oriented, Persistence* berpengaruh positif terhadap *product innovation*. Sedangkan secara serentak *entrepreneurial leadership* yang terdiri dari *Able to Motivate, Visionary,*

Proactive, innovativeness, Risk Taking, Achievement Oriented, Persistence berpengaruh positif terhadap *product innovation*.

Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

1. Untuk penelitian mendatang dapat mengambil sampel pada industri jenis lainnya seperti pada sektor jasa yang juga memerlukan inovasi pada jasa layanannya.
2. Pemimpin dalam hal ini pemilik atau manajer usaha perlu terus mengembangkan diri untuk menghasilkan product yang inovatif. Selain memantau perkembangan karyawannya, Pemimpin perlu memberikan arahan dan pelatihan guna meningkatkan kemampuan dan keterampilan karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adair, J., 1996, *Effective innovation. How to stay ahead of the competition*, London.
- Amabile, Teresa M., Regina Conti, Heather Coon, Jeffrey Lazenby dan Michael Herron, 1996, "Assessing The Work Environment for Creativity", *Academy of Management Journal*, 39 (5) : 1154 – 1184.
- Ancok, D., 2009, *Kepemimpinan & Inovasi*, Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.
- Basrowi, 2009, *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Currie, G., Richarson and Smyth, 2008, Entrepreneurial leadership in the English public sector: paradox or possibility? *Public Administration*, Vol. 86 (4), pp. 987-1008.
- Damanpour, F., 1991, Organizational Innovation: A Meta-analysis of effects of determinants and moderators, *Academy of management journal*, Vol.34/ No.3, pp. 69-80.
- Drucker, P., 1985, *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. New York: Harper & Row.
- Frinces, Z. Heflin, 2004, *Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis*, Darussalam. Yogyakarta.
- Jong, P.J. and Hartog, 2007, How leaders influence employees' innovative behavior, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 10, No. 1, pp.41 – 64.
- Lee, D. Y. and Tsang. E. W. K, 2001, The Effect of Entrepreneurial Personality, Background and Network Activities on Venture Growth, *Journal of Management Studies*, Vol. 38, No.4. pp. 583-602.
- Lumpkin, G.T. and Dess, G.G., 1996, Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance, *Academy of Management Review*, Vol. 21 No.1, pp. 135-172.
- Mehrdad, Abdolrahim., Hamidreza and Mohsen, R., 2011, *Entrepreneurial Orientation and Innovation Performance: The Mediating Role of Knowledge Management*, Mazandaran University St. Shahid Beheshti, Babolsar, Iran: Pan Books.

Sekaran, U., 2000, *Research Methods for Business; A skill Building Approach*. (3rd ed.). New York: Jhon Wiley & Sons, Inc.

Shane, S. and Venkataraman, S., 2000, The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, Vol. (25), No.1, pp.217-226.

Winardi, J., 2008, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, Jakarta: Prenada Media Group.