

SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN,
MANAJEMEN PENGETAHUAN TERHADAP KINERJA
INOVASI PRODUK DENGAN INOVASI TERBUKA
SEBAGAI MEDIASI PADA UMKM KULINER DI
JAKARTA BARAT**



NAMA : GRACE PATRICIA

NIM 115200303

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA
MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA**

2023

SKRIPSI
PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN,
MANAJEMEN PENGETAHUAN TERHADAP KINERJA
INOVASI PRODUK DENGAN INOVASI TERBUKA
SEBAGAI MEDIASI PADA UMKM KULINER DI
JAKARTA BARAT



NAMA : GRACE PATRICIA
NIM 115200303

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA
MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA

2023

SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

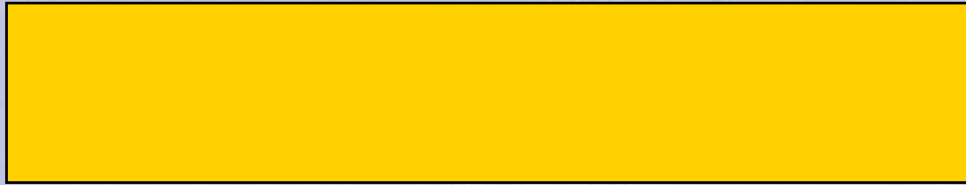


FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Grace Patricia
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115 200 303
Program Studi : S1 Manajemen



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya)

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 19 Desember 2023

Grace Patricia

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : GRACE PATRICIA
NIM : 115200303
PROGRAM / JURUSAN : SI / MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN, MANAJEMEN
PENGETAHUAN TERHADAP KINERJA
INOVASI PRODUK DENGAN INOVASI
TERBUKA SEBAGAI MEDIASI PADA
UMKM KULINER DI JAKARTA BARAT

Jakarta, 18 Desember 2023

Pembimbing,



(Rodhiah Dra., M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : GRACE PATRICIA
NIM : 115200303
PROGRAM / JURUSAN : SI / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN, MANAJEMEN
PENGETAHUAN TERHADAP KINERJA
INOVASI PRODUK DENGAN INOVASI
TERBUKAMSEBAGAI MEDIASI PADA
UMKM KULINER DI JAKARTA BARAT

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 18 January 2019 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Miharini Tjokrosuputro, S.E., M.M., Dr.
2. Anggota Penguji : Yenni Lestari, S.E., M.M.
Rohiah, Dra., M.M.

Jakarta, 25 January 2019

Pembimbing,



(.....)

ABSTRACT

A. GRACE PATRICIA (115200303)

B. THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION, KNOWLEDGE MANAGEMENT ON PRODUCT INNOVATION PERFORMANCE WITH OPEN INNOVATION AS MEDIATION IN CULINARY UMKM IN WEST JAKARTA

C. CXXXVI

D. *Entrepreneurship Management*

E. *Abstract: MSMEs play a key role in the economy in Indonesia by being the backbone in creating jobs, contributing income, and strengthening competitiveness in Indonesia. West Jakarta is one of the central business and economic areas that has great potential for MSME growth, especially in the culinary sector. Therefore, this study aims to test and analyze the effect of knowledge management and entrepreneurial orientation on product innovation performance in culinary MSMEs in West Jakarta, besides that the study also tests and analyzes the effect of knowledge management and entrepreneurial orientation on product innovation performance mediated by open innovation in West Jakarta culinary MSMEs. The population in this study are owners of culinary MSMEs located in West Jakarta and have been operating in the culinary field for at least 2 years. The sample determined in this study was 129 respondents who were owners of culinary MSMEs in West Jakarta. The sample selection method used was non-probability with purposive sampling technique. The data collection used a questionnaire distributed online via google form. The data in this study were analyzed using the SEM (Structural Equation Modeling) technique using SmartPLS software version 4. The results of this study are knowledge management and entrepreneurial orientation have a significant effect on product innovation performance in MSMEs in West Jakarta. The mediation results in this study are Open innovation mediates a significant influence between Knowledge Management and Product Innovation Performance in MSMEs in West Jakarta*

and open innovation mediates a significant influence between Entrepreneurial Orientation and Product Innovation Performance in MSMEs in West Jakarta. Open Innovation partially mediates Entrepreneurial Orientation and Product Innovation Performance. From this study, it can be concluded that MSME entrepreneurs who utilize entrepreneurial orientation and knowledge management can improve the innovation performance of products sold so that they can help business performance and increase resilience in competition. In addition, it can be more innovative in developing its products, services or services in the future.

F. Entrepreneurial Orientation, Knowledge Management, Product Innovation Performance, Open Innovation.

G. Reference (1984-2023)

H. Rodhiah, Dra., M.M

ABSTRAK

- A. GRACE PATRICIA (115200303)
- B. PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, MANAJEMEN PENGETAHUAN TERHADAP KINERJA INOVASI PRODUK DENGAN INOVASI TERBUKA SEBAGAI MEDIASI PADA UMKM DI JAKARTA BARAT
- C. CXXXVI
- D. Manajemen Kewirausahaan
- E. Abstrak: UMKM memainkan peran kunci dalam perekonomian di Indonesia dengan menjadi tulang punggung dalam menciptakan lapangan kerja, menyumbang pendapatan, serta memperkuat daya saing di Indonesia. Jakarta Barat merupakan salah satu kawasan pusat bisnis dan ekonomi yang memiliki potensi besar pertumbuhan UMKM, khususnya di sektor kuliner. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisa pengaruh manajemen pengetahuan dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja inovasi produk pada UMKM kuliner di Jakarta Barat, selain itu penelitian juga menguji dan menganalisa pengaruh manajemen pengetahuan dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja inovasi produk dengan dimediasi oleh inovasi terbuka pada UMKM kuliner Jakarta Barat. Populasi pada penelitian ini adalah pemilik UMKM Kuliner yang berlokasi di Jakarta Barat dan telah beroperasi di bidang kuliner minimal 2 tahun. Sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini sejumlah 129 responden yang merupakan pemilik UMKM kuliner di Jakarta Barat. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah *non-probability* dengan teknik *purposive sampling* pengumpulan data yang digunakan menggunakan kuesioner yang disebarikan secara online melalui *google form*. Data pada penelitian ini dianalisis menggunakan Teknik SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan menggunakan *software* SmartPLS versi 4. Hasil dari penelitian ini adalah manajemen pengetahuan dan orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja inovasi produk pada UMKM di Jakarta Barat. Hasil

mediasi dalam penelitian ini adalah Inovasi terbuka memediasi pengaruh signifikan antara Manajemen Pengetahuan dan Kinerja Inovasi Produk pada UMKM di Jakarta Barat dan inovasi terbuka memediasi pengaruh signifikan antara Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Inovasi Produk pada UMKM di Jakarta Barat. Inovasi Terbuka memediasi secara partial Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Inovasi Produk. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengusaha UMKM yang memanfaatkan orientasi kewirausahaan dan manajemen pengetahuan dapat meningkatkan kinerja inovasi produk yang dijual sehingga dapat membantu kinerja usaha dan meningkatkan ketahanan dalam bersaing. Selain itu dapat lebih inovatif dalam mengembangkan produk, jasa ataupun layanan nya dikemudian hari.

- F. Orientasi Kewirausahaan, Manajemen Pengetahuan, Kinerja Inovasi Produk, Inovasi Terbuka.
- G. Referensi (1984-2023)
- H. Rodhiah, Dra., M.M

**Sukses Terdiri Dari Deretan Kegagalan, Tanpa Kehilangan Kegigihan,
Skripsi Yang Baik Adalah Skripsi Yang Selesai.**

**Karya ini saya persembahkan untuk:
Pembimbing dan Universitas Tarumanagara
Teman dan Keluarga
UMKM di Indonesia**

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah Yang Maha Kuasa, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang setinggi-tingginya atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Manajemen Pengetahuan Terhadap Kinerja Inovasi Produk Dengan Inovasi Terbuka Sebagai Mediasi Pada UMKM Kuliner Di Jakarta Barat".

Skripsi ini merupakan hasil dari perjalanan panjang penelitian dan eksplorasi dalam bidang kewirausahaan. Dalam menyusun skripsi ini, penulis berusaha untuk menggali lebih dalam pemahaman dan implikasinya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dan pemahaman yang lebih mendalam di bidang manajemen dan kewirausahaan. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan motivasi selama penulis menjalani proses penelitian ini. Khususnya kepada :

1. Ibu Rodhiah Dra., M.M selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan pengarahan dalam menjalankan penelitian ini dari awal hingga akhir.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmojo, S.E., M.M., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Ibu R.R. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si. selaku Sekretaris 1 Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Ibu Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M. selaku Sekretaris 2 Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
6. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada peneliti selama menempuh perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
7. Seluruh anggota keluarga yang senantiasa memberikan dukungan positif dalam menjalankan penelitian.

8. Seluruh teman-teman dari jurusan manajemen yang telah menjadi teman seperjuangan selama menempuh perkuliahan, memberikan doa dan dukungan.
9. Terima kasih kepada teman-teman bimbingan yang telah menemani dalam mengerjakan penelitian ini dari pagi hingga pagi, khususnya kepada : Adrian Hartanto, Calvin Jonathan, Davin Halim, Monica Hartati, Elga Ribka, Callista Margareth, Joshua Steven.
10. Terima kasih kepada anabul bernama Jennie, Chewy, Mowy, Kimmy, Kecil yang telah setia menemani penulis dalam mengerjakan penelitian ini.
11. Terima kasih kepada Alfin Pradhana yang telah memberikan dukungan, doa, waktu dan tenaga dalam mengerjakan penelitian ini.
12. Serta kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, yang senantiasa memberikan doa dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan penelitian guna memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar sarjana manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan kewirausahaan. Semoga penelitian ini dapat menjadi pijakan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

Jakarta,

Grace Patricia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vii
HALAMAN MOTTO.....	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Permasalahan.....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah.....	9
3. Batasan Masalah	10
4. Rumusan Masalah.....	10
B. Tujuan dan Manfaat.....	11
1. Tujuan	11

2. Manfaat	11
BAB II	13
LANDASAN TEORI.....	13
A. Gambaran Umum Teori.....	13
B. Definisi Konseptual Variabel	15
1. Orientasi Kewirausahaan	15
2. Manajemen Pengetahuan	18
3. Inovasi Terbuka	18
4. Kinerja Inovasi Produk	19
C. Kaitan antara Variabel-Variabel.....	20
1. Kaitan antara Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja Inovasi Produk	20
2. Kaitan antara Manajemen Pengetahuan dengan Kinerja Inovasi Produk	20
3. Kaitan antara Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja Inovasi Produk melalui Inovasi Terbuka.....	21
4. Kaitan antara Manajemen Pengetahuan dengan Kinerja Inovasi Produk melalui Inovasi Terbuka.....	22
D. Penelitian yang Relevan	22
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	27
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN	29
A. Desain Penelitian	29
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel dan Ukuran Sampel	29
1. Populasi.....	29
2. Teknik Pemilihan Sampel	30
3. Ukuran Sampel.....	31

C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	31
1. Orientasi Kewirausahaan	33
2. Manajemen Pengetahuan	34
3. Kinerja Inovasi Produk	34
4. Inovasi Terbuka	35
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	36
1. Uji Validitas	37
2. Uji Reliabilitas	40
E. Analisis Data.....	41
1. <i>Outer Model Analysis</i>	42
2. <i>Inner Model Analysis</i>	42
3. Uji Hipotesis Penelitian	43
4. Uji Analisis Mediasi	44
BAB IV.....	45
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Deskripsi Subjek Penelitian.....	45
1. Usia	45
2. Jenis Kelamin.....	46
B. Deskripsi Objek Penelitian	46
1. Orientasi Kewirausahaan	47
2. Manajemen Pengetahuan	49
3. Kinerja Inovasi Produk	50
4. Inovasi Terbuka	52
C. Hasil Analisis Data	55
1. Koefisien Determinasi (R^2).....	55

2. <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	56
3. <i>Effect Size</i> (f^2)	56
4. Uji Hipotesis	57
D. Pembahasan	61
BAB V	64
PENUTUP	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Keterbatasan dan Saran	65
1. Keterbatasan.....	65
2. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	68
DAFTAR LAMPIRAN	79
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	105
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penyebaran UMKM di DKI Jakarta 2021	2
Tabel 1. 2 Data Penyebaran industri UMKM 2021	2
Tabel 2. 1 Studi Literatur	22
Tabel 3. 1 Skor Skala Likert pada Variabel.....	32
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Orientasi Kewirausahaan.....	33
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Manajemen Pengetahuan.....	34
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Kinerja Inovasi Produk.....	34
Tabel 3. 5 Operasionalisasi Variabel Inovasi Terbuka.....	35
Tabel 3. 6 <i>Outer Loadings</i>	37
Tabel 3. 7 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	38
Tabel 3. 8 <i>Fornell Larcker</i>	39
Tabel 3. 9 <i>Cross Loadings</i>	39
Tabel 3. 10 <i>Composite Reliability</i>	41
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Orientasi Kewirausahaan.....	47
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Manajemen Pengetahuan.....	49
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Kinerja Inovasi Produk	51
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Variabel Inovasi Terbuka	52
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	56
Tabel 4. 8 Hasil Analisis <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	56
Tabel 4. 9 Hasil Analisis <i>Effect Size</i> (f^2).....	57
Tabel 4. 10 Hipotesis	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis Pertama.....	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis Kedua	59

Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis Ketiga.....	60
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis Keempat	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengangguran Di Indonesia Tahun 2021 Hingga 2023.....	1
Gambar 2. 1 Model Penelitian	28
Gambar 4. 1 Hasil Pengolahan Data.....	55
Gambar 4. 2 Hasil <i>Bootstrapping</i>	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	79
Lampiran 2. Tanggapan Responden	84
Lampiran 3. <i>Outer Loadings</i>	101
Lampiran 4. <i>Composite Reliability, Average Variance Extracted (AVE)</i>	102
Lampiran 5. <i>Cross Loadings</i>	102
Lampiran 6. <i>Fornell Larcker</i>	102
Lampiran 7. Koefisien Determinasi.....	102
Lampiran 8. <i>Effect Size</i>	103
Lampiran 9. <i>Predictive Relevance Q-square</i>	103
Lampiran 10. Uji Hipotesis	103
Lampiran 11. Uji Mediasi.....	103
Lampiran 12. <i>Graphical Output</i>	104
Lampiran 13. <i>Bootstrapping</i>	104

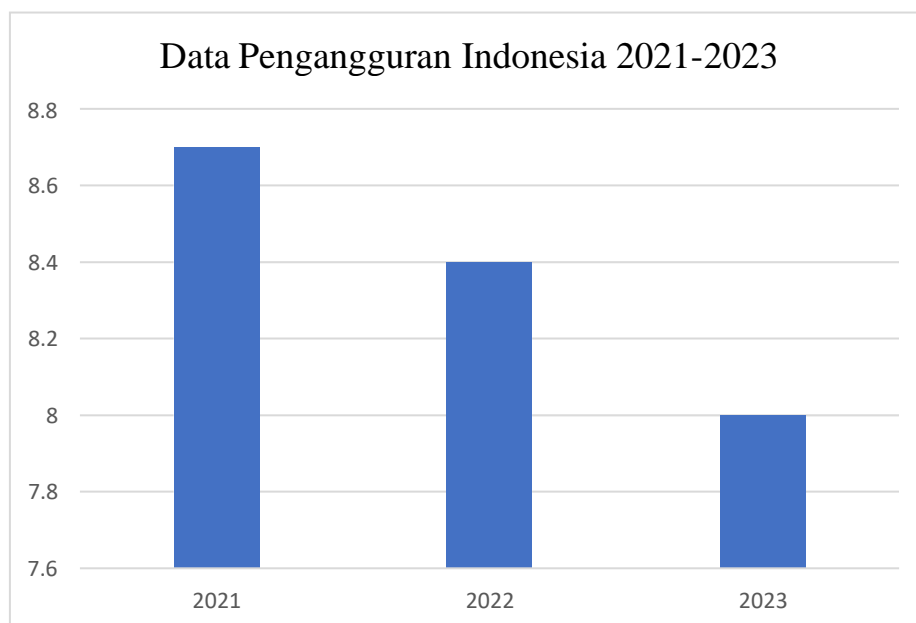
BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Seperti kita ketahui, angka pengangguran di Indonesia masih tergolong tinggi. Pekerjaan terbatas peluang dengan pencari kerja tanpa batas. Inilah alasan mengapa menjadi seorang wirausaha penting dan berguna bagi perekonomian suatu negara. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Februari 2023 sebesar 5,45 persen, turun sebesar 0,38 persen poin dibandingkan dengan Februari 2022. Penurunan ini dikarenakan banyak perusahaan dan Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang menyerap tenaga kerja. Hal ini menandakan bahwa perekonomian sedang bertumbuh menjadi lebih baik.



Gambar 1. 1 Data Pengangguran Di Indonesia Tahun 2021 Hingga 2023

Sumber: katadata.co.id (2023)

UMKM memainkan peran kunci dalam perekonomian di Indonesia dengan menjadi tulang punggung dalam menciptakan lapangan kerja, menyumbang pendapatan, memperkaya keanekaragaman usaha serta memperkuat daya saing di Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh (Zhang *et al.*, 2023) menyebutkan bahwa UMKM telah lama di anggap penting bagi pertumbuhan ekonomi akan tetapi teknologi dan restrukturisasi ekonomi membuat usaha menjadi terancam sehingga diperlukan untuk menciptakan pengetahuan baru dan menjalin kerjasama dengan perusahaan lain untuk mengatasi keterbatasan yang berkaitan dengan informasi.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021 terdapat 62.108 usaha yang tersebar di DKI Jakarta dengan presentasi wilayah sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Data Penyebaran UMKM di DKI Jakarta 2021

Jakarta Barat	Jakarta Timur	Jakarta Selatan
27,4 %	25,4 %	17,9 %

Sumber: bps.go.id (2021)

Serta terdapat data mengenai banyaknya usaha di setiap industri yang membuat peneliti memilih industri makanan atau kuliner sebagai bahan penelitian, Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021 terdapat 62.108 usaha yang tersebar di DKI Jakarta dengan presentasi industri sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Data Penyebaran industri UMKM 2021

Industri Makanan	Industri Pakaian Jadi	Industri Percetakan
26.798 Usaha	16.288 Usaha	4.113 Usaha

Sumber: bps.go.id (2021)

Dalam hal ini Jakarta Barat merupakan salah satu kawasan atau pusat bisnis dan ekonomi yang memiliki potensi besar untuk pertumbuhan UMKM di negeri ini khususnya UMKM di sektor kuliner yang memainkan peran

sentral dalam menggerakkan perekonomian, menciptakan lapangan kerja dan memberikan kontribusi terhadap perkembangan industri makanan dan minuman.

Meskipun Jakarta Barat memiliki potensi yang besar, UMKM kuliner di Jakarta Barat juga menghadapi berbagai tantangan dikarenakan seiring dengan perkembangan zaman membuat kebutuhan menjadi semakin beragam, dinamika pasar yang semakin kompleks dan persaingan yang ketat. Oleh karena itu untuk tetap berkembang dan bersaing, UMKM harus mampu mengadaptasi strategi bisnis mereka dan berinovasi untuk menjawab tuntutan konsumen yang terus berkembang. Jika kesulitan ini tidak dapat diatasi, hal ini dapat memperburuk kinerja bisnisnya dan bahkan dapat menyebabkan kebangkrutan tentu hal ini harus dihindari.

Dalam konteks ini, menurut (Octavia *et al.*, 2020) orientasi kewirausahaan dan manajemen pengetahuan menentukan keberhasilan UMKM, khususnya dalam menghasilkan inovasi produk yang dapat memenuhi ekspektasi pelanggan, beradaptasi dengan perubahan pasar dan meraih keunggulan dari pesaing. Keberhasilan sebuah bisnis sangat bergantung pada kapasitasnya untuk berinovasi, yang pada gilirannya bergantung pada kedalaman pengetahuan di dalam organisasi (Rodhiah, *et al.*, 2022).

Permasalahan yang dapat dilihat dari UMKM Jakarta Barat saat ini adalah kurangnya orientasi kewirausahaan, manajemen pengetahuan dan inovasi pada bisnis yang dijalankan menyebabkan kinerja inovasi produk atau kinerja bisnis menjadi tidak maksimal. Di Jakarta Barat, dimana persaingan bisnis sangat ketat, inovasi dapat menjadi pembeda krusial antara keberhasilan dan kegagalan sebuah usaha. Selama ini UMKM telah berkembang dan berevolusi menjadi semakin inovatif. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba untuk menguji dampak inovasi terbuka terhadap kinerja inovasi produk.

Sebuah usaha harus mempunyai orientasi, pengetahuan dan inovasi dalam berbagai bentuk. Inovasi didasarkan pada kemungkinan teknologi baru dan ide-ide kreatif untuk membentuk produk baru yang benar-benar berbeda

dan berpotensi memperoleh kinerja bisnis yang unggul (Rodhiah, *et al.*, 2022). Inovasi mencakup pengembangan produk, proses dan strategi bisnis yang inovatif. Ini memungkinkan UMKM untuk memenuhi tuntutan konsumen yang terus berubah, meningkatkan daya saing dan memperkuat posisi mereka dalam pasar. Definisi umum dari inovasi adalah mengadopsi perilaku atau ide mengenai instrumen, program atau kebijakan, sistem, layanan atau produk yang baru bagi organisasi (Tidd dan Bessant, 2018).

Orientasi Kewirausahaan sebagai faktor utama mencakup sikap proaktif, keberanian mengambil risiko, dan kemampuan melihat peluang bisnis, merupakan faktor penting dalam mendorong UMKM kuliner untuk terlibat dalam kegiatan inovatif. Orientasi kewirausahaan menciptakan lingkungan yang mendukung eksplorasi ide-ide baru dan pengembangan produk yang inovatif. Perusahaan terus bertujuan untuk mengungguli pesaing dan mereka melakukannya untuk mengikuti visi mereka dan menjadi sukses. Tujuan mendasar dari orientasi kewirausahaan terkait erat dengan strategi bisnis, perubahan organisasi dan penciptaan usaha baru (Asemokha *et al.*, 2019).

Pada lingkungan yang dinamis seperti saat ini, orientasi kewirausahaan jelas merupakan hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan untuk masa depan dengan pertumbuhan yang stabil dari tahun ke tahun dan mampu menghadapi pesaing baru. Hal itu dikarenakan perusahaan yang berorientasi kewirausahaan cenderung mendorong karyawannya untuk membuat keputusan secara mandiri, memperkenalkan inovasi baru secara aktif, menanggung risiko yang diperhitungkan, bertindak proaktif, dan menunjukkan tingkat agresivitas dalam persaingan dengan pesaing. Pengusaha yang memiliki karakteristik orientasi kewirausahaan yang tinggi ditandai dengan adanya kemauan yang keras, keberanian mengambil resiko, dan juga memiliki kreativitas dalam menjalankan bisnisnya sehingga akan mempengaruhi keberhasilan dalam meningkatkan kinerja perusahaan (Sutanty *et al.*, 2023).

Dalam menghadapi berbagai macam kesulitan dalam menjalankan bisnis, pewirausaha harus mampu membangun keunggulan kompetitif, ketahanan serta pencegahan dalam bisnis mereka dikarenakan hal ini dapat mempengaruhi keberlangsungan usahanya. Perusahaan yang berorientasi pada kewirausahaan adalah perusahaan yang terlibat dalam inovasi produk-pasar dengan mengambil risiko dalam usaha mereka dan secara proaktif memanfaatkan peluang produk dan pasar yang melekat pada lingkungan bisnis (Asemokha *et al.*, 2019). Perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat akan memiliki kemampuan inovasi lebih kuat dibandingkan perusahaan lain, karena bisnis dengan *entrepreneurial orientation* yang kuat akan berfokus untuk mendapatkan kinerja yang unggul dengan membangun strategi penciptaan nilai yang tidak dapat ditiru oleh pesaing lain sehingga perusahaan tersebut memiliki keunggulan kompetitif dan secara kreatif mengungguli pesaingnya (Hindarwati *et al.*, 2021).

Kemudian manajemen pengetahuan sebagai faktor kedua, Untuk meningkatkan operasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), sangat penting untuk memiliki tenaga kerja yang mahir yang dicapai melalui berbagi pengetahuan yang efektif (Rodhiah *et al.*, 2022). Manajemen Pengetahuan diperoleh dari dalam maupun luar organisasi atau dengan pertukaran informasi yang dilakukan se efisien mungkin guna menghemat biaya dan waktu dalam proses pengembangannya. Manajemen pengetahuan digunakan oleh usaha dengan cara disebarkan dan diintegrasikan dalam rangka mempertahankan keunggulan kompetitif dengan cara akuisisi, penciptaan pengetahuan dan membangun aset pengetahuan yang efektif serta menciptakan keuntungan maksimum.

Tindakan berbagi pengetahuan di tingkat individu memainkan peran penting dalam membentuk nilai organisasi. Sebaliknya, keraguan atau ketidakmampuan untuk berbagi pengetahuan di antara rekan kerja merupakan ancaman langsung terhadap kepentingan fundamental organisasi (Rodhiah *et al.*, 2022). Pengetahuan dan teknologi telah dianggap sebagai semacam aset

strategis dan sumber utama untuk menciptakan keunggulan kompetitif dikarenakan perusahaan mengembangkan produk dan layanan yang berbeda dengan teknologi inovatifnya untuk menciptakan keuntungan dari pasar, dan inovasi yang sukses harus bergantung pada fondasi pengetahuan yang kuat.

Berdasarkan KBV, pengetahuan adalah salah satu sumber daya strategis yang paling penting bagi UKM. UKM yang sukses secara konsisten mencari pengetahuan baru, mensintesisnya dengan pengetahuan yang sudah ada dan mewujudkan pengetahuan yang dihasilkan dalam produk dan layanan mereka (Zhang *et al.*, 2023) Pandangan berbasis pengetahuan berpendapat bahwa organisasi adalah entitas sosial yang menggunakan dan menyimpan pengetahuan, kompetensi, dan kapabilitas internal yang sangat penting untuk kelangsungan hidup, pertumbuhan, dan kesuksesan perusahaan. KBV telah digunakan secara luas dalam literatur KM (Latif *et al.*, 2020). Pengetahuan eksternal merupakan hal penting dalam bentuk transfer pengetahuan atau limpahan pengetahuan untuk inovasi dan produktivitas perusahaan (Bogers *et al.*, 2018). Pengetahuan eksternal perlu diintegrasikan dalam bentuk rutinitas dan proses inovasi untuk meningkatkan inovasi (Hall dan Sena, 2017). Kolaborasi pengetahuan memperluas basis pengetahuan perusahaan yang tersedia untuk penyebaran kembali pengetahuan atau transfer pengetahuan (Kobarg *et al.*, 2019). Dalam ekonomi pengetahuan, tantangan manajerial utama adalah membangun mekanisme kohesif yang mengoordinasikan kegiatan dengan lancar dan secara efektif mengintegrasikan pengetahuan ke dalam upaya produktif (Rodhiah *et al.*, 2022).

Dari perspektif pembelajaran organisasi, kolaborasi pengetahuan memungkinkan para inovator untuk bertukar pengalaman dan kompetensi, serta mengembangkan prosedur, rutinitas, dan norma-norma baru dalam berkolaborasi yang berkaitan dengan aspek teknologi dan pasar, sehingga dapat meningkatkan hasil inovasi (Audretsch dan Belitski, 2023). Spektrum pengetahuan dan wawasan yang lebih luas diterjemahkan ke dalam dukungan kinerja yang kuat, menggaris bawahi peran penting manajemen pengetahuan

dalam mendorong kesuksesan bisnis secara keseluruhan (Rodhiah, Dra., M.M., *et al.*, 2022). Oleh karena itu, penting bagi sebuah usaha untuk memiliki kinerja bisnis yang baik agar dapat bertahan dan tumbuh dalam lingkungan yang kompetitif ini.

Dalam meningkatkan kinerja bisnis, pewirausaha juga dapat menerapkan inovasi terbuka. Salah satu elemen kunci yang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM kuliner adalah inovasi. Inovasi ini menjadi sebuah keharusan dan merupakan pendorong utama dalam pengembangan atau inovasi produk yang dapat memenuhi tuntutan pasar yang berubah dengan cepat, ekspektasi pelanggan, bersaing di pasar global, dan menjaga daya saing bisnis.

Inovasi terbuka diperlukan untuk mengidentifikasi solusi baru untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan (Tsou *et al.*, 2019). Hal ini telah menjadi "strategi inovasi utama" (Hsieh *et al.*, 2018; Kobarg *et al.*, 2019) karena perusahaan kecil dan besar, perusahaan rintisan, dan perusahaan yang sudah ada mendorong kegiatan kolaboratif yang terbuka, memperdalam dan memperluas portofolio kegiatan dengan mitra inovasi (Roper *et al.*, 2017; Audretsch *et al.*, 2021).

Model inovasi terbuka telah menunjukkan manfaat yang besar baik untuk inovasi produk maupun proses (Bogers *et al.*, 2018) Meskipun penelitian mengenai inovasi terbuka telah lama berfokus pada dampak positifnya (Bogers *et al.*, 2018), berbagai penelitian juga telah mengeksplorasi potensi aspek negatif dari inovasi terbuka (Kobarg *et al.* 2019; Saura *et al.* 2022), serta dampak positif dan negatif dari inovasi terbuka, namun buktinya masih terbatas pada tingkat mikro.

Para ahli inovasi terbuka baru-baru ini menunjukkan bahwa ada risiko yang berkaitan dengan kurangnya investasi internal dalam kapasitas penyerapan (Barham *et al.*, 2020). Namun, penelitian empiris yang relatif sedikit telah menyelidiki batas-batas inovasi terbuka di berbagai konteks yang berbeda (Bogers *et al.*, 2018). Batas-batas inovasi terbuka yang diperoleh

dalam kolaborasi bergantung pada berbagai faktor, termasuk kesesuaian pengetahuan, pengambilan keputusan dan kesiapan manajerial, serta keluasan dan kedalaman kolaborasi (Kobarg *et al.*, 2019). Informasi dan dukungan teknis yang diberikan oleh pemerintah membantu perusahaan mempelajari penemuan teknologi atau terobosan dalam desain produk dari pesaing yang lebih maju, meningkatkan kinerja inovasi produk perusahaan, dukungan keuangan dapat digunakan untuk meningkatkan kegiatan inovasi perusahaan, meningkatkan jumlah produk baru yang dikembangkan.

Namun yang perlu diperhatikan adalah bagaimana orientasi kewirausahaan dan manajemen pengetahuan memengaruhi inovasi terbuka serta bagaimana inovasi ini kemudian menghubungkan diri dengan kinerja inovasi produk UMKM. Inilah latar belakang utama penelitian ini. Kami akan menjelajahi dampak dari orientasi kewirausahaan dan manajemen pengetahuan pada inovasi terbuka, serta bagaimana inovasi terbuka mengalir kedalam kinerja inovasi produk UMKM di Jakarta Barat.

Berdasarkan tinjauan penulis, penelitian sebelumnya telah menguji dan menemukan bahwa orientasi kewirausahaan, manajemen pengetahuan dan inovasi terbuka berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi produk. Namun pada penelitian ini penulis ingin menguji kembali variabel-variabel yang ada dengan objek dan waktu yang berbeda. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara orientasi kewirausahaan, manajemen pengetahuan dan inovasi terbuka dengan kinerja inovasi produk pada UMKM kuliner di Jakarta Barat serta membuka pintu pemahaman yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang dapat membantu UMKM di wilayah ini untuk bertahan dan tumbuh dalam persaingan bisnis yang sangat ketat.

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi positif, panduan serta wawasan yang berharga bagi pemilik UMKM, pemilik UMKM lainnya, pengembang kewirausahaan, pemerintah setempat serta perkembangan teori dan pengetahuan akademik di bidang ini dalam merumuskan strategi yang lebih efektif dalam mendukung, meningkatkan daya

saing, memperkuat kontribusi, mengoptimalkan kinerja, pertumbuhan dan keberhasilan UMKM Kuliner di Jakarta Barat dan Indonesia secara keseluruhan. Penelitian ini juga memiliki relevansi teoritis dalam bidang manajemen bisnis dan pemasaran, terutama dalam konteks UMKM.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Mohammad *et al.*, (2003) ditemukan bahwa terdapat dampak positif yang signifikan dari orientasi kewirausahaan terhadap kinerja atau mengklaim bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kinerja (Kraus *et al.*, 2012; Agnes *et al.*, 2019), kinerja inovasi (Valdez-Juárez *et al.*, 2016); Alshanty dan Emeagwali, (2019), kinerja pasar (Aksoy, 2017; Boso *et al.*, 2017), atau bahkan kinerja internasional (Agnes *et al.*, 2019), namun beberapa penulis menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki hubungan yang negatif (Runyan *et al.*, 2008), atau dampak lengkung terhadap kinerja (Kreiser *et al.*, 2013; Wales *et al.*, 2013). Oleh karena itu, ketidakkonsistenan ini memberikan alasan yang cukup untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang menyebabkan temuan kontroversial antara orientasi kewirausahaan dan literatur kinerja (Baron dan Kenny, 1986).

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah disebutkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul sebagai berikut ini. **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Manajemen Pengetahuan Terhadap Kinerja Inovasi Produk Dengan Inovasi Terbuka Sebagai Mediasi Pada UMKM Kuliner di Jakarta Barat”**.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang tertulis, penulis memberikan informasi tentang masalah yang akan digunakan sebagai bahan penelitian:

- a. Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja inovasi produk
- b. Manajemen pengetahuan memiliki pengaruh terhadap kinerja inovasi produk

- c. Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja inovasi produk melalui inovasi terbuka
- d. Manajemen pengetahuan memiliki pengaruh terhadap kinerja inovasi produk melalui inovasi terbuka

3. Batasan Masalah

Berdasarkan waktu penelitian, ruang lingkup penelitian ini perlu dibatasi dikarenakan objek penelitian yang cukup luas. Agar penelitian ini terarah dan dapat dilakukan dengan lebih fokus maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya berfokus kepada pelaku UMKM Kuliner di Jakarta Barat.
- b. Subjek penelitian ini ditunjukkan kepada pelaku UMKM kuliner di Jakarta Barat. Jangkauan penelitian ini dibatasi dikarenakan faktor waktu, tenaga dan biaya. Hal ini juga dilakukan agar mendapatkan hasil pengumpulan data yang lebih efektif
- c. Dalam penelitian ini hanya akan berfokus kepada variabel orientasi kewirausahaan, manajemen pengetahuan, inovasi terbuka dan kinerja inovasi produk.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah manajemen pengetahuan mempengaruhi kinerja inovasi produk pada UMKM kuliner di Jakarta Barat?
- b. Apakah orientasi kewirausahaan mempengaruhi kinerja inovasi produk pada UMKM kuliner di Jakarta Barat?
- c. Apakah inovasi terbuka memediasi hubungan antara manajemen pengetahuan dan kinerja inovasi produk pada UMKM kuliner di Jakarta Barat?

- d. Apakah inovasi terbuka memediasi hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja inovasi produk pada UMKM kuliner di Jakarta Barat?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

- a. Untuk mengetahui pengaruh manajemen pengetahuan terhadap kinerja inovasi produk pada UMKM kuliner di Jakarta Barat.
- b. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja inovasi produk pada UMKM kuliner di Jakarta Barat.
- c. Untuk mengetahui pengaruh manajemen pengetahuan terhadap kinerja inovasi produk dengan dimediasi oleh inovasi terbuka pada UMKM kuliner Jakarta Barat.
- d. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja inovasi produk dengan dimediasi oleh inovasi terbuka pada UMKM kuliner Jakarta Barat.

2. Manfaat

Penelitian ini dibuat dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

a. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan untuk masyarakat serta menumbuhkan kesadaran akan pentingnya *entrepreneur orientation, knowledge management, open innovation* bagi *product innovation performance* maupun kinerja sebuah usaha ditengah pesatnya pertumbuhan UMKM Kuliner saat ini agar terhindar dari kinerja inovasi produk yang buruk dan tidak maksimal dimasa yang akan datang juga agar dapat merencanakan dan mengelola usaha serta produk yang baik.

b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *product innovation performance*. Serta memberikan manfaat dan wawasan di bidang *product innovation performance* dan faktor yang mempengaruhinya.

c. Bagi Lembaga Manajemen Kewirausahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu institusi dan lembaga manajemen kewirausahaan melakukan survei mengenai *product innovation performance*. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu lembaga manajemen kewirausahaan dalam upaya meningkatkan edukasi mengenai pentingnya *product innovation performance* khususnya dalam sektor UMKM Kuliner di tengah-tengah pesatnya perkembangan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, K., Mardani, A., Senin, A. A., Tupenaite, L., Naimaviciene, J., Kanapeckiene, L., & Kutut, V. (2018). The effect of knowledge management, organizational culture and organizational learning on innovation in automotive industry. *Journal of Business Economics and Management*, 19(1), 1–19. <https://doi.org/10.3846/jbem.2018.1477>
- Adams, P., Bodas Freitas, I. M., & Fontana, R. (2019). Strategic orientation, innovation performance and the moderating influence of marketing management. *Journal of Business Research*, 97, 129–140. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.12.071>
- Almodóvar, P., & Nguyen, Q. T. K. (2022). Product innovation of domestic firms versus foreign MNE subsidiaries: The role of external knowledge sources. *Technological Forecasting and Social Change*, 184. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122000>
- Asad, M., Asif, M. U., Khan, A. A., Allam, Z., & Satar, M. S. (2022). Synergetic Effect of Entrepreneurial Orientation and Big Data Analytics for Competitive Advantage and SMEs Performance. In *2022 International Conference on Decision Aid Sciences and Applications, DASA 2022* (pp. 1192–1196). Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc. <https://doi.org/10.1109/DASA54658.2022.9765158>
- Asemokha, A., Musona, J., Torkkeli, L., & Saarenketo, S. (2019). Business model innovation and entrepreneurial orientation relationships in SMEs: Implications for international performance. *Journal of International Entrepreneurship*, 17(3), 425–453. <https://doi.org/10.1007/s10843-019-00254-3>
- Audretsch, B. D., & Belitski, M. (2023). The limits to open innovation and its impact on innovation performance. *Technovation*, 119. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2022.102519>

- Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2020). The role of R&D and knowledge spillovers in innovation and productivity. *European Economic Review*, 123. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2020.103391>
- Audretsch, D. B., Belitski, M., & Caiazza, R. (2021). Start-ups, Innovation and Knowledge Spillovers. *Journal of Technology Transfer*, 46(6), 1995–2016. <https://doi.org/10.1007/s10961-021-09846-5>
- Babbie, E. R. (2007). *The Basics of Social Research*, 4th Edition. *Thompson Higher Education*.
- Barham, H., Dabic, M., Daim, T., & Shifrer, D. (2020). The role of management support for the implementation of open innovation practices in firms. *Technology in Society*, 63. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101282>
- Brunswick, S., & Vanhaverbeke, W. (2015). Open Innovation in Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs): External Knowledge Sourcing Strategies and Internal Organizational Facilitators. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1241–1263. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12120>
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.51.6.1173>
- Barrett, G., Dooley, L., & Bogue, J. (2021). Open innovation within high-tech SMEs: A study of the entrepreneurial founder's influence on open innovation practices. *Technovation*, 103. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102232>
- Bogers, M., Chesbrough, H., & Moedas, C. (2018). Open innovation: Research, practices, and policies. *California Management Review*, 60(2), 5–16. <https://doi.org/10.1177/0008125617745086>

- Babbie, E. R. (2007). *The Basics of Social Research*, 4th Edition. *Thompson Higher Education*.
- Buli, B. M. (2017). Entrepreneurial orientation, market orientation and performance of SMEs in the manufacturing industry: Evidence from Ethiopian enterprises. *Management Research Review*, 40(3), 292–309. <https://doi.org/10.1108/MRR-07-2016-0173>
- Caseiro, N., & Coelho, A. (2019). The influence of Business Intelligence capacity, network learning and innovativeness on startups performance. *Journal of Innovation and Knowledge*, 4(3), 139–145. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2018.03.009>
- Chen, Y. C., Li, P. C., & Evans, K. R. (2012). Effects of interaction and entrepreneurial orientation on organizational performance: Insights into market driven and market driving. *Industrial Marketing Management*, 41(6), 1019–1034. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2012.01.017>
- Chung, E., & Lee, K. (2020). The necessity of anterior knowledge exchange activities for technological collaboration and innovation performance improvement. In *International Journal of Technology Management* (Vol. 82, pp. 66–96). Inderscience Publishers. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2020.107410>
- Cuevas-Vargas, H., Parga-Montoya, N., & Fernández-Escobedo, R. (2019). Effects of Entrepreneurial Orientation on Business Performance: The Mediating Role of Customer Satisfaction—A Formative–Reflective Model Analysis. *SAGE Open*, 9(2). <https://doi.org/10.1177/2158244019859088>
- Curado, C., Muñoz-Pascual, L., & Galende, J. (2018). Antecedents to innovation performance in SMEs: A mixed methods approach. *Journal of Business Research*, 89, 206–215. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.056>
- D’Angelo, A., & Presutti, M. (2019). SMEs international growth: The moderating role of experience on entrepreneurial and learning orientations. *International Business Review*, 28(3), 613–624. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.12.006>

- Daradkeh, M., & Mansoor, W. (2023). The impact of network orientation and entrepreneurial orientation on startup innovation and performance in emerging economies: The moderating role of strategic flexibility. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1). <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.02.001>
- Esterhuizen, D., Schutte, C. S. L., & Du Toit, A. S. A. (2012). Knowledge creation processes as critical enablers for innovation. In *International Journal of Information Management* (Vol. 32, pp. 354–364). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2011.11.013>
- Febrianto, J., & Masman, R. (2023). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA KARYAWAN PT. ESTEH INDONESIA MAKMUR DI JAKARTA. *Jurnal Serina Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 107–114. <https://doi.org/10.24912/jseb.v1i1.24935>
- Ferraris, A., Mazzoleni, A., Devalle, A., & Couturier, J. (2019). Big data analytics capabilities and knowledge management: impact on firm performance. *Management Decision*, 57(8), 1923–1936. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2018-0825>
- Finkle, T. A., & Olsen, T. (2019). Entrepreneurship in the Digital Era: Creating Your Own Online Business. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 2(2), 133–150. <https://doi.org/10.1177/2515127418820680>
- Freixanet, J., Braojos, J., Rialp-Criado, A., & Rialp-Criado, J. (2021). Does international entrepreneurial orientation foster innovation performance? The mediating role of social media and open innovation. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 22(1), 33–44. <https://doi.org/10.1177/1465750320922320>
- Ghozali, I. (2021). Partial Least Squares, Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 untuk peneliti. *Universitas Diponegoro* (Vol. 3, p. 290). Universitas Diponegoro.

- Granstrand, O., & Holgersson, M. (2020, February 1). Innovation ecosystems: A conceptual review and a new definition. *Technovation*. Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2019.102098>
- Grant, R. M. (1996). Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 17(SUPPL. WINTER), 109–122. <https://doi.org/10.1002/smj.4250171110>
- Hair, J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, 109, 101–110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.069>
- Hall, B. H., & Sena, V. (2017). Appropriability mechanisms, innovation, and productivity: evidence from the UK. *Economics of Innovation and New Technology*, 26(1–2), 42–62. <https://doi.org/10.1080/10438599.2016.1202513>
- Harms, R., Reschke, C. H., Kraus, S., & Fink, M. (2010). Antecedents of innovation and growth: Analysing the impact of entrepreneurial orientation and goal-oriented management. *International Journal of Technology Management*, 52(1–2), 135–152. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2010.035859>
- Haug, A., Aadsbøll Wickstrøm, K., Stentoft, J., & Philipsen, K. (2023). The impact of information technology on product innovation in SMEs: The role of technological orientation. *Journal of Small Business Management*, 61(2), 384–410. <https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1793550>
- Heale, R., & Twycross, A. (2015). Validity and reliability in quantitative studies. Evidence-Based Nursing. *BMJ Publishing Group*. <https://doi.org/10.1136/eb-2015-102129>
- Hermawan Rino Tri and Hasibuan, S. (2016). Analisis Pengaruh Tingkat Pengalaman dan Coaching Style Terhadap Kualitas Kepemimpinan Manajer Proyek Dalam Upaya Peningkatan Produktivitas di PT. JCI. *Jurnal Pasti*, XI(1), 91. Retrieved from <https://publikasi.mercubuana.ac.id/files/journals/3/articles/1357/submission/copyedit/1357-3090-1-CE.pdf>

- Hindarwati, E., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2021). Orientasi Kewirausahaan dalam Kinerja UMKM di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 54. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i1.5308>
- Iqbal, A., Latif, F., Marimon, F., Sahibzada, U. F., & Hussain, S. (2019). From knowledge management to organizational performance: Modelling the mediating role of innovation and intellectual capital in higher education. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(1), 36–59. <https://doi.org/10.1108/JEIM-04-2018-0083>.
- Hsieh, W. L., Ganotakis, P., Kafouros, M., & Wang, C. (2018). Foreign and Domestic Collaboration, Product Innovation Novelty, and Firm Growth. *Journal of Product Innovation Management*, 35(4), 652–672. <https://doi.org/10.1111/jpim.12435>
- Imam Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Penelitian, 34–45.
- Kata Data Pengangguran RI Turun Jadi 7,86 Juta Orang per Agustus 2023 (katadata.co.id)
- Khalil, R., Asad, M., & Khan, S. N. (2018). Management motives behind the revaluation of fixed assets for sustainability of entrepreneurial companies. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 22(Specialissue).
- Khan, A. A., Asad, M., Khan, G. U. H., Asif, M. U., & Aftab, U. (2021). Sequential Mediation of Innovativeness and Competitive Advantage between Resources for Business Model Innovation and SMEs Performance. In *2021 International Conference on Decision Aid Sciences and Application, DASA 2021* (pp. 724–728). Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc. <https://doi.org/10.1109/DASA53625.2021.9682269>.
- Kmieciak dan Michna, 2018, Kmieciak, R., Michna, A., 2018. Knowledge management orientation, innovativeness, and competitive intensity: Evidence from *Polish SMEs*. *Knowl. Manag. Res. Pract.* vol. 16 (4), 559–572.
- Kobarg, S., Stumpf-Wollersheim, J., & Welp, I. M. (2019). More is not always better: Effects of collaboration breadth and depth on radical and incremental innovation

- performance at the project level. *Research Policy*, 48(1), 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.07.014>.
- Lam, L., Nguyen, P., Le, N., & Tran, K. (2021). The relation among organizational culture, knowledge management, and innovation capability: Its implication for open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 1–16. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010066>.
- Latif, K. F., Afzal, O., Saqib, A., Sahibzada, U. F., & Alam, W. (2021). Direct and configurational paths of knowledge-oriented leadership, entrepreneurial orientation, and knowledge management processes to project success. *Journal of Intellectual Capital*, 22(1), 149–170. <https://doi.org/10.1108/JIC-09-2019-0228>
- Le, P. B., & Lei, H. (2019). Determinants of innovation capability: the roles of transformational leadership, knowledge sharing and perceived organizational support. *Journal of Knowledge Management*, 23(3), 527–547. <https://doi.org/10.1108/JKM-09-2018-0568>.
- Lockett, A., Thompson, S., & Morgenstern, U. (2009). The development of the resource-based view of the firm: A critical appraisal. *International Journal of Management Reviews*, 11(1), 9–28. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2008.00252.x>
- Majali, T., Alkaraki, M., Asad, M., Aladwan, N., & Aledeinat, M. (2022). Green Transformational Leadership, Green Entrepreneurial Orientation and Performance of SMEs: The Mediating Role of Green Product Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(4). <https://doi.org/10.3390/joitmc8040191>.
- Mao, H., Wang, Z., & Yi, L. (2021). Does entrepreneurial orientation lead to successful sustainable innovation? The evidence from chinese environmentally friendly companies. *Sustainability (Switzerland)*, 13(18). <https://doi.org/10.3390/su131810294>.
- Mardani, A., Nikoosokhan, S., Moradi, M., & Doustar, M. (2018). The Relationship Between Knowledge Management and Innovation Performance. *Journal of High*

Technology Management Research, 29(1), 12–26.
<https://doi.org/10.1016/j.hitech.2018.04.002>

Mardani, A., Nikoosokhan, S., Moradi, M., & Doustar, M. (2018). The Relationship Between Knowledge Management and Innovation Performance. *Journal of High Technology Management Research*, 29(1), 12–26.
<https://doi.org/10.1016/j.hitech.2018.04.002>

Michael dan Luka, 2022, JHTI-10-2021-0270_proof 549..574 (*emerald.com*)
<https://www.emerald.com/insight/2514-9792.htm>

Mostaghel, R., Oghazi, P., Patel, P. C., Parida, V., & Hultman, M. (2019). Marketing and supply chain coordination and intelligence quality: A product innovation performance perspective. *Journal of Business Research*, 101, 597–606.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.058>.

Mostaghel, R., Oghazi, P., Patel, P. C., Parida, V., & Hultman, M. (2019). Marketing and supply chain coordination and intelligence quality: A product innovation performance perspective. *Journal of Business Research*, 101, 597–606.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.058>

Naseer, S., Khawaja, K. F., Qazi, S., Syed, F., & Shamim, F. (2021). How and when information proactiveness leads to operational firm performance in the banking sector of Pakistan? The roles of open innovation, creative cognitive style, and climate for innovation. *International Journal of Information Management*, 56.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102260>

Nasito, M. (2022). Pengaruh Mediasi Inovasi Model Bisnis terhadap Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Pengembangan Produk Baru pada Usaha Kecil dan Menengah di Kota Kendari. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(06), 46–57.

Octavia, A., Indrawijaya, S., Sriayudha, Y., Heriberta, Hasbullah, H., & Asrini. (2020). Impact on e-commerce adoption on entrepreneurial orientation and market

- orientation in business performance of smes. *Asian Economic and Financial Review*, 10(5), 516–525. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.105.516.525>
- Patricia, 2017, Patricia, L. (2017). *Research Design: Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and*. London: *The Guilford Press*.
- Qalati, S. A., Ostic, D., Sulaiman, M. A. B. A., Gopang, A. A., & Khan, A. (2022). Social Media and SMEs' Performance in Developing Countries: Effects of Technological-Organizational-Environmental Factors on the Adoption of Social Media. *SAGE Open*, 12(2). <https://doi.org/10.1177/21582440221094594>.
- Rauter, R., Globocnik, D., Perl-Vorbach, E., & Baumgartner, R. J. (2019). Open innovation and its effects on economic and sustainability innovation performance. *Journal of Innovation and Knowledge*, 4(4), 226–233. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2018.03.004>.
- Robbins, S. P. (2001). *Perilaku Organisasi: Konsep, Kontroversi, Aplikasi*, Jilid. 1, Edisi 8, Prenhallindo, Jakarta. *Nitisemito, S, Alex*.
- Rodhiah, Nur, H., & Lerbin, R. A. (2022). Entrepreneurship Orientation, Explorative Innovation, Exploitative Innovation, Ambidexterity and Profitability. *International Journal of Social Science Research and Review*, 5(12), 37–46.
- Rodhiah, R., & Nur Hidayah. (2022). The Effect of Knowledge Sharing Partners, Leadership Support on the Success of Knowledge Management and Organizational Innovation Performance. *Economit Journal: Scientific Journal of Accountancy, Management and Finance*, 2(3), 205–217. <https://doi.org/10.33258/economit.v2i3.741>
- Roper, S., Love, J. H., & Bonner, K. (2017). Firms' knowledge search and local knowledge externalities in innovation performance. *Research Policy*, 46(1), 43–56. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2016.10.004>.
- Salim, N., Ab Rahman, M. N., & Abd Wahab, D. (2019, February 1). A systematic literature review of internal capabilities for enhancing eco-innovation performance

of manufacturing firms. *Journal of Cleaner Production*. Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.11.105>.

Saura, J. R., Palacios-Marqués, D., & Ribeiro-Soriano, D. (2023). Exploring the boundaries of open innovation: Evidence from social media mining. *Technovation*, 119. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102447>

Sekaran & Bougie, 2020, Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). Research methods for business: A skill building approach. In Long Range Planning (Vol. 26, Issue 2). John Wiley & Sons. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(93\)90168-f](https://doi.org/10.1016/0024-6301(93)90168-f)

Singh, S. K., Gupta, S., Busso, D., & Kamboj, S. (2021). Top management knowledge value, knowledge sharing practices, open innovation and organizational performance. *Journal of Business Research*, 128, 788–798. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.04.040>

Sugiyono 2018, Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.

Sutanty, M., Purwadinata, S., & Indah, S. A. (2023). HUBUNGAN ORIENTASI KEWIRUSAHAAN, ADOPSI E-COMMERCE DAN INOVASI PRODUK DENGAN KINERJA UMKM DI KABUPATEN SUMBAWA. *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen*, 3(1), 149-160.

Taherdoost, H. (2016). Validity and Reliability of the Research Instrument. *SSRN Electronic Journal*, 5(3), 28–36.

Tariq, A., Badir, Y., & Chonglertham, S. (2019). Green innovation and performance: moderation analyses from Thailand. *European Journal of Innovation Management*, 22(3), 446–467. <https://doi.org/10.1108/EJIM-07-2018-0148>.

Tidd, J., & Bessant, J. R. (2018). *Managing innovation: integrating technological, market and organizational change*. John Wiley & Sons.

Tsou, H. T., Chen, J. S., & Yu, Y. W. (Diana). (2019). Antecedents of co-development and its effect on innovation performance: A business ecosystem

perspective. *Management Decision*, 57(7), 1609–1637.
<https://doi.org/10.1108/MD-04-2018-0421>.

Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic management journal*, 5(2), 171-180.

West, J., & Bogers, M. (2017). Open innovation: current status and research opportunities. *Innovation: Organization and Management*, 19(1), 43–50.
<https://doi.org/10.1080/14479338.2016.1258995>

Yu, Y., Li, H., Xu, J., Zhang, M., Zhang, X., Zhang, J. Z., & Wu, Y. (2023). The effect of internal quality integration on financial performance: the mediating role of product innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 34(7), 1235–1255. <https://doi.org/10.1108/JMTM-01-2023-0005>

Zafar, Z., Wenyuan, L., Bait Ali Sulaiman, M. A., Siddiqui, K. A., & Qalati, S. A. (2022). Social Entrepreneurship Orientation and Enterprise Fortune: An Intermediary Role of Social Performance. *Frontiers in Psychology*, 12.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.755080>

Zahid, H., Ali, S., Danish, M., & Sulaiman, M. A. B. A. (2022). Factors Affecting Consumers Intentions to Purchase Dairy Products in Pakistan: A Cognitive Affective-Attitude Approach. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*. <https://doi.org/10.1080/08974438.2022.2125919>.

Zhang, M., Qi, Y., Wang, Z., Zhao, X., & Pawar, K. S. (2019). Effects of business and political ties on product innovation performance: Evidence from China and India. *Technovation*, 80–81, 30–39.
<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.12.002>

Zhang, Y., Wang, S., Akram, T., & Hong, Y. (2023). Knowledge co-creation with multiple stakeholders: the case of SMEs in China. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 38(10), 2170–2182. <https://doi.org/10.1108/JBIM-01-2022-0005>