

ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, MANAJEMEN PENGETAHUAN TERHADAP KINERJA INOVASI PRODUK DIMEDIASI OLEH INOVASI TERBUKA

Grace Patricia¹, Rodhiah^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: grace.115200303@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: rodhiah@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 31-01-2024, revisi: 27-08-2024, diterima untuk diterbitkan: 08-10-2024

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 mengetahui, menguji dan menganalisa pengaruh manajemen pengetahuan dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja inovasi produk pada UMKM kuliner di Jakarta Barat, penelitian ini menguji dan menganalisa pengaruh manajemen pengetahuan dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja inovasi produk dengan dimediasi oleh inovasi terbuka pada UMKM kuliner Jakarta Barat. Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, pengumpulan data yang digunakan menggunakan metode *cross sectional*, teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability* dengan jenis *purposive sampling*. Kriteria sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM Kuliner yang berlokasi di Jakarta Barat. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 129 UMKM kuliner, Penelitian ini menggunakan PLS-SEM untuk mengolah data. Hasil hipotesis 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 parsial Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Inovasi Produk.

Kata kunci: orientasi kewirausahaan, manajemen pengetahuan, kinerja inovasi produk, inovasi terbuka

ABSTRACT

UMKM play a key role in the Indonesian economy by 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 UMKM growth, especially in the culinary sector. Therefore, this research aims to determine the influence of knowledge management and entrepreneurial orientation on product innovation performance in culinary UMKM in West Jakarta. This research examines and analyzes the influence of knowledge management and entrepreneurial orientation on product innovation performance mediated by open innovation in West Jakarta culinary UMKM. This research used a quantitative descriptive method, data collection used a cross sectional method, the sampling technique used a non-probability technique with purposive sampling. The sample criteria set in this research are Culinary UMKM owners located in West Jakarta. The number of samples was 129 culinary UMKM. This research used PLS-SEM as an analytical tool to process data. The hypothesis result is that knowledge management and entrepreneurial orientation have a significant influence on product innovation performance in UMKM in West Jakarta. The mediation results in this research are that open innovation mediates a significant influence between Knowledge Management and Product Innovation Performance on UMKM in West Jakarta and open innovation mediates a significant influence between Entrepreneurial Orientation and Product Innovation Performance on UMKM in West Jakarta. Open Innovation partially mediates Entrepreneurial Orientation and Product Innovation Performance.

Keywords: entrepreneurial orientation, knowledge management, product innovation performance, open innovation

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

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 dianggap 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. 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 kulinernya. 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. 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)

Dalam konteks ini, menurut (Octavia *et al.*, 2020) orientasi kewirausahaan dan manajemen pengetahuan menjadi faktor krusial dalam mempengaruhi kinerja inovasi produk dan menentukan keberhasilan UMKM, khususnya dalam menghasilkan inovasi produk yang dapat memenuhi ekspektasi pelanggan, beradaptasi dengan perubahan pasar dan meraih keunggulan dari pesaing. 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).

Kemudian manajemen pengetahuan sebagai faktor kedua, 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 perusahaan 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. 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.

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). 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.

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. Peneliti 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 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-Ju'arez *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). Namun pada penelitian ini penulis ingin menguji kembali variabel-variabel yang ada dengan objek dan waktu yang berbeda. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh 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.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini merupakan pemilik UMKM Kuliner di Jakarta Barat. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah *non-probability* dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria berupa usaha telah berjalan minimal selama dua tahun. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarkan secara *online*

melalui google form, jumlah sampel 129 responden. Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* yang berbasis *Partial Least Squares (PLS)* dengan menggunakan software SmartPLS versi 4.

Resource Based View Theory (RBV) adalah teori yang mendeskripsikan mengenai sebuah perusahaan yang memanfaatkan sumber daya sehingga perusahaan tersebut dapat berjalan secara berkelanjutan dan mencapai keunggulan bersaing (Barney, 1991).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji hipotesis memiliki tujuan untuk mengetahui diterima atau tidak diterimanya hipotesis yang ada dalam penelitian. Hipotesis H₁, hipotesis H₂ serta hipotesis H₃ dapat diterima jika nilai *T-statistic* memperoleh nilai lebih besar dari 1,96 dan didukung dengan perolehan nilai nilai *p-value* kurang dari 0,05. Refleksi dari Hair *et al.* (2022), *path coefficient* memiliki nilai standar dalam rentang -1 hingga +1. Jika uji pada *path coefficient* menghasilkan nilai yang mendekati -1, maka hubungan tersebut cenderung tidak positif dan lemah. Sebaliknya, jika mendekati nilai +1, hal ini menunjukkan bahwa hubungan semakin kuat, positif, dan hampir signifikan. Dalam penelitian ini, uji dilakukan menggunakan metode bootstrapping untuk mendapatkan nilai *path coefficient*.

Hasil uji signifikan

Tabel 1. Hasil uji hipotesis

Variabel	<i>P-Value</i>	<i>T-Value</i>
Manajemen Pengetahuan → Kinerja Inovasi Produk	0,002	3,113
Orientasi Kewirausahaan → Kinerja Inovasi Produk	0,000	3,958
Manajemen Pengetahuan → Inovasi Terbuka → Kinerja Inovasi Produk	0,014	2,473
Orientasi Kewirausahaan → Inovasi Terbuka → Kinerja Inovasi Produk	0,035	2,114

Hipotesis 1 = Hasil uji hipotesis pertama mengindikasikan bahwa manajemen pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja inovasi produk. Tabel 1 mencatat bahwa nilai *T-statistik* untuk hipotesis pertama adalah 3,113 dan dapat dikonfirmasi dengan nilai *p-value* sebesar 0,002. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H₁ dapat diterima.

Hipotesis 2 = Hasil uji hipotesis pertama mengindikasikan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja inovasi produk. Tabel 1 mencatat bahwa nilai *T-statistik* untuk hipotesis pertama adalah 3,958 dan dapat dikonfirmasi dengan nilai *p-value* sebesar 0,000. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H₂ dapat diterima.

Hipotesis 3 = Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa manajemen pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja inovasi produk. Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai *T-statistik* hipotesis ketiga adalah 2,473 dan nilai *p-value* sebesar 0,014. Maka dapat dibuktikan bahwa hipotesis H₃ diterima dan ini menunjukkan adanya inovasi terbuka sebagai mediasi parsial.

Hipotesis 4 = Hasil uji hipotesis keempat menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja inovasi produk. Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai *T-statistik* hipotesis keempat adalah 2,114 dan nilai *p-value* sebesar 0,035. Maka dapat dibuktikan bahwa hipotesis H₄ diterima dan ini menunjukkan adanya inovasi terbuka sebagai mediasi parsial.

Hasil uji *effect size* (f²)

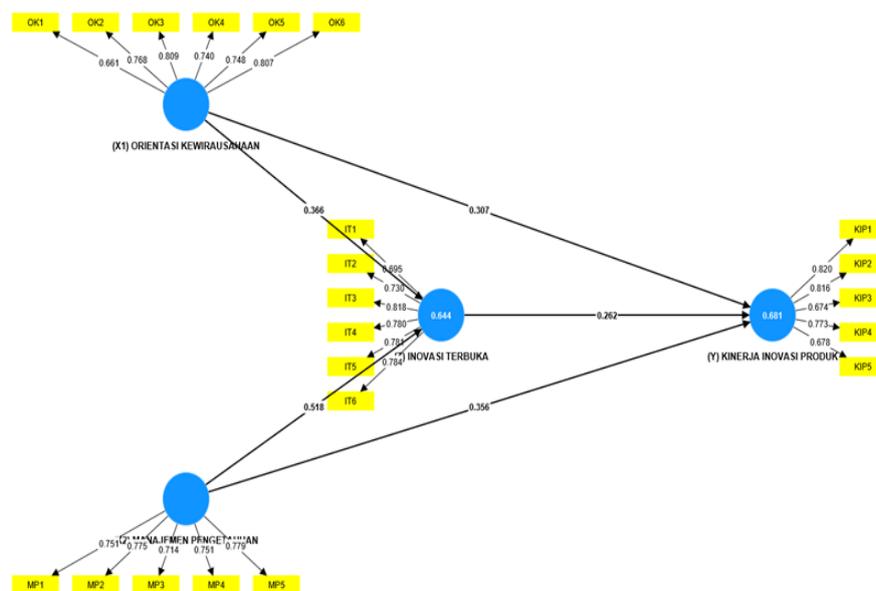
Uji *effect size* atau f² memiliki 3 kategori dalam nilai akhir (Hair *et al.*,2022) yang dimana nilai 0,02 tergolong memiliki efek kecil, nilai 0,15 tergolong memiliki efek sedang dan nilai 0,35 tergolong memiliki efek besar. Hasil dari uji *effect size* atau f² akan dijelaskan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil uji *effect size* (f^2)

	<i>f-Square</i>	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan → Kinerja Inovasi Produk	0,143	Lemah
Manajemen Pengetahuan → Kinerja Inovasi Produk	0,163	Moderat
Orientasi Kewirausahaan → Inovasi Terbuka	0,222	Moderat
Manajemen Pengetahuan → Inovasi Terbuka	0,445	Kuat
Inovasi Terbuka → Kinerja Inovasi Produk	0,077	Lemah

Berdasarkan hasil analisis *effect size* pada Tabel 2, disimpulkan bahwa kemampuan variabel orientasi kewirausahaan (OK) untuk memprediksi variabel kinerja inovasi produk (KIP) dikategorikan sebagai lemah (*f-square* = 0,143). Sementara itu, kemampuan variabel manajemen pengetahuan (MP) dalam memprediksi variabel kinerja inovasi produk (KIP) adalah moderat (*f-square* = 0,163). Kemampuan variabel orientasi kewirausahaan (OK) dalam memprediksi variabel inovasi terbuka (IT) dikategorikan sebagai moderat (*f-square* = 0,222). Kemampuan variabel manajemen pengetahuan (MP) dalam memprediksi variabel inovasi terbuka (IT) dikategorikan sebagai kuat (*f-square* = 0,445). Kemampuan inovasi terbuka (IT) dalam memprediksi variabel kinerja inovasi produk (KIP) memperoleh nilai 0,077 dikategorikan sebagai lemah.

Hasil uji *path coefficient*



Gambar 1. Hasil uji *path coefficient*

Hipotesis 1 = Hasil penelitian pada hipotesis pertama (H_1) menunjukkan bahwa Manajemen Pengetahuan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kinerja Inovasi Produk, yang mengindikasikan bahwa hipotesis pertama (H_1) diterima. Hasil analisis hipotesis pertama dibuktikan dengan perolehan nilai 0,356.

Hipotesis 2 = Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua (H_2), Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kinerja Inovasi Produk, hal ini menandakan bahwa hipotesis kedua (H_2) diterima. Hasil dari analisis hipotesis kedua ini didukung oleh nilai 0,307.

Hipotesis 3 = Hipotesis ketiga (H_3) diterima karena hasil uji hipotesis ketiga (H_3) menunjukkan Inovasi Terbuka memediasi memiliki peran *partial mediation* hubungan antara Manajemen Pengetahuan dan Kinerja Inovasi Produk. Analisis hipotesis ketiga ini menghasilkan nilai 0,136.

Hipotesis 4 = Hipotesis keempat (H_4) diterima karena hasil uji hipotesis ketiga (H_4) menunjukkan inovasi terbuka memediasi memiliki peran *partial mediation* hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja inovasi produk. Hipotesis keempat menghasilkan nilai 0,096.

Pembahasan

Hipotesis pertama (H_1) menunjukkan bahwa Manajemen Pengetahuan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kinerja Inovasi Produk, yang mengindikasikan bahwa hipotesis pertama (H_1) diterima. Hasil analisis hipotesis pertama dibuktikan dengan perolehan nilai T-statistik sebesar 3,113 dan *p-value* sebesar 0,002, dimana hasil ini juga menunjukkan bahwa variabel Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua (H_2), orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja inovasi produk, sehingga hipotesis kedua diterima. Hasil tersebut didukung oleh nilai T-statistik sebesar 3,958 dan nilai *p-value* sebesar 0,000 yang mengindikasikan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan dalam penelitian ini.

Hipotesis ketiga (H_3) diterima karena hasil uji hipotesis ketiga (H_3) menunjukkan Inovasi Terbuka memediasi memiliki peran *partial mediation* hubungan antara Manajemen Pengetahuan dan Kinerja Inovasi Produk. Analisis hipotesis ketiga ini menghasilkan nilai T-statistik sebesar 2,473 dan *p-value* sebesar 0,014.

Hipotesis keempat (H_4) diterima karena hasil uji hipotesis ketiga (H_4) menunjukkan Inovasi Terbuka memediasi memiliki peran *partial mediation* hubungan antara Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Inovasi Produk. Analisis hipotesis ketiga ini menghasilkan nilai T-statistik sebesar 2,114 dan *p-value* sebesar 0,035.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menilai apakah orientasi kewirausahaan dan manajemen pengetahuan, sebagai variabel independen, memiliki dampak terhadap kinerja inovasi produk sebagai variabel dependen, serta menguji apakah pengaruh variabel independen tersebut terjadi melalui mediasi inovasi terbuka. Penulis menggunakan sampel sebanyak 129 responden yang merupakan pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Jakarta Barat, dan data diolah menggunakan aplikasi *SmartPLS 4*. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, berikut adalah beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini:

- a. Manajemen pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja inovais produk pada UMKM di Jakarta Barat. Hasil analisis hipotesis ini dibuktikan dengan perolehan nilai T-statistik sebesar 3,113 dan *p-value* sebesar 0,002.
- b. Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja inovais produk pada UMKM di Jakarta Barat. Hasil analisis hipotesis ini dibuktikan dengan perolehan nilai T-statistik sebesar 3,958 dan *p-value* sebesar 0,000.
- c. Inovasi terbuka memediasi pengaruh signifikan antara Manajemen Pengetahuan dan Kinerja Inovasi Produk pada UMKM di Jakarta Barat. Inovasi Terbuka memediasi secara *partial* Manajemen Pengetahuan dan Kinerja Inovasi Produk. Hasil nilai T-statistik adalah 2,473 dan nilai *p-value* sebesar 0,014.
- d. 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. Hasil nilai T-statistik adalah 2,114 dan nilai *p-value* sebesar 0,035.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti memberikan beberapa rekomendasi kepada para pembaca, di antaranya sebagai berikut:

- a. Pengusaha UMKM yang memanfaatkan orientasi kewirausahaan diharapkan dapat meningkatkan kinerja inovasi produk yang di jual sehingga dapat membantu kinerja usaha tersebut dan meningkatkan ketahanan dalam bertahan dan bersaing.
- b. Pengusaha UMKM yang memanfaatkan manajemen pengetahuan diharapkan dapat meningkatkan kinerja inovasi produk yang di jual sehingga dapat membantu kinerja usaha tersebut dan meningkatkan ketahanan dalam bertahan dan bersaing.
- c. Pengusaha UMKM yang memanfaatkan inovasi terbuka diharapkan dapat meningkatkan kinerja inovasi produk yang di jual sehingga dapat membantu kinerja usaha tersebut dan meningkatkan ketahanan dalam bertahan dan bersaing.
- d. Dapat lebih inovatif dalam mengembangkan produk, jasa ataupun layanan nya dikemudian hari dengan memanfaatkan pengetahuan dari penelitian ini.

REFERENSI

- 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, 102519. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2022.102519>
- Babbie, E. R. (2007). *The Basics of Social Research, 4th edition*. Thompson Higher Education.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Hair, J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2022). 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>
- 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, L. (2017). *Research Design: Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and*. London: The Guilford Press.
- Rodhiah, R. & Hidayah, N. (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>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Tidd, J., & Bessant, J. R. (2018). *Managing innovation: integrating technological, market and organizational change*. John Wiley & Sons.
- 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>