

## Plagiarism Checker X Originality Report



Plagiarism Quantity: 8% Duplicate

Date	Selasa, Mei 24, 2016
Words	647 Plagiarized Words / Total 7777 Words
Sources	More than 23 Sources Identified.
Remarks	Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

Perspektif Lingkungan Makro dan Lingkungan Mikro terhadap Inovasi dan Kinerja Perkembangan Usaha UKM Mariyudi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh Lhokseumawe Email: mariyudy@yahoo.com  
 ABSTRAK Tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk memberikan wawasan pemikiran baru ke dalam kegiatan pengembangan inovasi dari pasar yang berkembang (perspektif lingkungan makro); dan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik dari kemampuan inovasi UKM (perspektif lingkungan mikro); serta untuk mengetahui dampak dari inovasi UKM terhadap kinerja perkembangan UKM.

Variabel independen lingkungan mikro secara internal terdiri atas faktor orientasi manajemen, budaya organisasi, orientasi teknologi, aliansi dan kerja sama, serta orientasi pasar). Variabel independen lingkungan makro secara eksternal terdiri atas faktor dukungan pemerintah, sumber daya keuangan, kolaborasi akademik-industri, dan dinamika pasar. Variabel mediasi adalah inovasi UKM dan variabel dependen adalah kinerja perkembangan usaha.

Berdasarkan pada data kuesioner survei dari 330 UKM (dengan tingkat respon sebesar 98,18%) di pasar Indonesia, lima hipotesis penelitian diuji dengan menggunakan teknik structural equations modeling (SEM) dari paket software statistik AMOS 20.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: pertama, lingkungan mikro memiliki pengaruh signifikan terhadap inovasi UKM dan kinerja perkembangan usaha UKM, kedua, inovasi UKM memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perkembangan usaha, akhirnya, lingkungan mikro memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap inovasi UKM dan kinerja perkembangan usaha UKM. Penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan.

Hal ini diyakini sebagai salah satu studi penelitian empiris pertama yang meneliti inovasi UKM dan kinerja perkembangan usaha mereka di pasar Indonesia yang sedang berkembang. Hal ini juga memperluas literatur bisnis dan manajemen inovasi secara akademik dan secara manajerial. Kata Kunci: lingkungan mikro; lingkungan makro; inovasi dan kinerja perkembangan usaha. ABSTRACT The specific objectives of this research study are: to provide new insights into the innovation development activities of an emerging market (the macro-environmental perspective); to gain a better understanding of SMEs' innovation capabilities and

### Sources found:

Click on the highlighted sentence to see sources.

### Internet Pages

- <1% <http://repository.unimal.ac.id/3779/1/00>
- <1% <https://id.scribd.com/doc/290698417/Abst>
- <1% <http://www.lib.ui.ac.id/naskahringkas/20>
- 1% <https://core.ac.uk/download/pdf/19537475>
- <1% <https://epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent>
- <1% <http://epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent>
- <1% <https://octachen2702.blogspot.com/2013/0>
- <1% <https://agi3l.wordpress.com/2010/10/16/u>
- 1% <https://infoukm.wordpress.com/2008/08/11>
- <1% <http://repository.usu.ac.id/bitstream/ha>
- <1% <https://chakrautama.wordpress.com/2013/0>
- <1% <https://www.kompasiana.com/kace/5bff5d69>
- <1% <http://repository.usu.ac.id/bitstream/ha>
- <1% <http://repository.ump.ac.id/5631/3/BAB%2>
- <1% <https://www.astalog.com/8099/apa-contoh->
- <1% <https://www.kenali.co/berita-1487-inilah>
- <1% <https://wikorea.wordpress.com/2009/12/2>
- <1% <http://www.bumn.go.id/jamkrindo/berita/0>
- <1% <https://www.kompasiana.com/sudirwans/5c3>
- <1% <https://kolokiumkpmipb.wordpress.com/200>
- <1% <https://ajunsstory.wordpress.com/2018/03>
- 1% <http://e-jurnal.pnl.ac.id/index.php/ekon>

practices (the micro-environmental perspective); and to determine the impact of firm's innovation on the business growth performance of SMEs.

The independent variables are externally driven factors (government supported developments, financial resources, academic-industry collaborations, and market dynamics) and internally driven factors (management orientation, organizational culture, technology orientation, alliance and cooperation, and market orientation). The mediating variable is firm's innovation and the dependent variable is business growth performance. Drawing upon survey questionnaire data from 330 SMEs (with an acceptable response rate of 98.18%) in the Indonesia market, five research hypotheses are tested using a structural equations modeling technique.

The results suggest that: first, the micro-environmental have a significant influence on firm's innovation and business growth performance, second, firm's innovation have a significant influence on business growth performance, finally, the macro-environmental have a non-significant influence on firm's innovation and business growth performance. This study makes significant contributions. It is believed to be the first empirical research study examining SMEs' innovativeness and their business growth performance in the emerging Indonesia market.

It also extends the business and innovation management literature and has both academic and managerial implications. Keywords: micro-environmental; macro-environmental; innovation and business growth performance. PENDAHULUAN Lingkungan yang kompetitif di sebagian besar negara dan perusahaan telah berubah dikarenakan produksi telah berubah menjadi lebih berbasis teknologi dan berbasis pengetahuan, disamping itu kompetisi telah mengglobal dan berkembang menjadi lebih berbasis inovasi (Mytelka, 2000; Szirmai, Naude & Goedhuys, 2011).

Untuk dapat bertahan hidup dalam ekonomi pasar global saat ini dan mencapai sukses jangka panjang, perusahaan dituntut untuk beradaptasi dan terus berinovasi untuk dapat mengatasi persaingan yang ketat dan sesuai dengan perubahan permintaan pasar (Tucker, 2002; Cefis & Marsili, 2005; Brem & Voigt, 2009; Hertog, 2010; Ellonen, Jantunen & Kuivalainen, 2011). Bahkan usaha kecil dan menengah perlu mencari model bisnis dan strategi baru, memperkenalkan produk dan layanan baru yang lebih baik serta mempertimbangkan pengetahuan baru dan teknologi (Hadjmanolis, 1999; Chirico & Salvato, 2008).

Inovasi dianggap penting untuk pertumbuhan usaha (Dougherty & Hardy, 1996; Drucker, 2003; Haour, 2004; Davila, Epstein & Shelton, 2006). Literatur inovasi tradisional yang diperkenalkan oleh Joseph Schumpeter (1934), terfokus pada industri manufaktur dan intensitas persaingan di pasar dan ekonomi negara maju (Salavou, Baltas & Lioukas 2004; Avci, Madanoglu & Okumus, 2011). Usaha kecil secara khusus banyak terdapat di Indonesia, dan jumlah usaha kecil per kapita di Indonesia jauh lebih tinggi daripada di negara-negara lain (Kushnir et al., 2010). Secara historis usaha kecil merupakan pemain utama dalam kegiatan domestik, terutama sebagai penyedia lapangan kerja.

Usaha kecil juga telah menjadi mesin penting dalam pengembangan ekonomi lokal dan masyarakat Indonesia (Mourougane, 2012). Dalam berbagai perspektif di dunia, diakui bahwa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi, karena mereka telah menjadi sumber utama

penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan output, tidak hanya di negara berkembang, tetapi juga di negara-negara maju (Piper, 1997; Aharoni, 1994; Bijmolt & Zwart, 1994; Thornburg, 1993). Di negara berkembang di Asia (termasuk ASEAN), UKM telah memberikan kontribusi signifikan selama bertahun-tahun (Narain, 2003).

Negara-negara ASEAN menyebut UKM sebagai mesin pertumbuhan ekonomi dan pembangunan, tulang punggung ekonomi nasional, sektor pekerjaan dengan penghasilan tertinggi, dan alat potensial bagi pengentasan kemiskinan (Tambunan, 2008). UKM juga memainkan peran strategis dalam pengembangan sektor swasta, terutama setelah krisis keuangan Asia termasuk Indonesia pada tahun 1997-1998 (Tambunan, 2008; Dharmanegara et al., 2016).

Di Indonesia Usaha Kecil Menengah (UKM) memainkan peran strategis dalam pengembangan ekonomi nasional, yang ditampilkan melalui porsi Produk Domestik Bruto (PDB). UKM memberikan kontribusi terhadap PDB Nasional mencapai 57,94% (atau sama dengan Rp 4.303.571,5 triliun) dan meningkat menjadi 59,08% (atau setara dengan Rp 4.869.568,1 triliun) pada tahun 2012 (Salim, 2013). Selain itu terkait dengan kinerja ekspor Indonesia, pada tahun 2010 UKM Indonesia berkontribusi Rp 175.894,9 miliar (sama dengan 15,81%) terhadap kinerja ekspor nasional dan Rp 187.441,82 miliar (setara dengan 16,44%) pada tahun 2011 (Salim, 2013).

jumlah tersebut menunjukkan pertumbuhan yang besar UKM di Indonesia. Inovasi dapat terbentuk dan dipengaruhi oleh sejumlah faktor lingkungan makro dan faktor lingkungan mikro, yang penting bagi UKM agar dapat beradaptasi untuk mencapai kinerja pertumbuhan bisnis yang lebih tinggi (Hossain, 2013). Banyak penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi akademik-industri dan budaya organisasi secara positif mempengaruhi inovasi (Parker, 1992; Deshpande, Farley & Webster, 1993; Martins & Terblanche, 2003; Peebles, 2003; Wright, 2008; Nelson, 2011), sementara penelitian lain menemukan bahwa orientasi teknologi, aliansi dan kerjasama berpengaruh negatif terhadap inovasi (Gomez Arias, 1995; Tripsas & Gavetti, 2000; Bougrain & Haudeville, 2002; Srinivasan, Lilien & Rangaswamy, 2002; Laforet & Tann, 2006).

Temuan tidak konsisten menunjukkan bahwa pengaruh dari faktor-faktor penentu lingkungan makro dan mikro mungkin kuat dalam konteks homogen namun dinamis dalam konteks heterogen, sehingga perlu diselidiki lebih lanjut (Voss & Voss, 2000; Gao, Zhou & Yim, 2007). Ruang lingkup penelitian ini adalah untuk menggambarkan pentingnya mengadopsi pendekatan lengkap untuk manajemen inovasi dengan menggabungkan konteks lingkungan makro dan lingkungan mikro.

Selanjutnya, studi ini memberikan kontribusi pada literatur terkini khususnya yang berhubungan dengan perilaku inovatif UKM dalam konteks pasar dan ekonomi Indonesia. KAJIAN KEPUSTAKAAN Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Menurut Rahmana (2008), beberapa lembaga atau instansi bahkan memberikan definisi tersendiri pada Usaha Kecil Menengah (UKM), diantaranya adalah Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), Badan Pusat Statistik (BPS), Keputusan Menteri Keuangan No 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994. Definisi UKM yang disampaikan berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya.

Menurut Kementerian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), bahwa yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI), adalah entitas usaha yang

mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 s.d. Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan. Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994, usaha kecil didefinisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan/usaha yang mempunyai penjualan/omset per tahun setinggi-tingginya Rp 600.000.000 atau aset/aktiva setinggi-tingginya Rp 600.000.000 (di luar tanah dan bangunan yang ditempati) terdiri dari : (1) badan usaha (Fa, CV, PT, dan koperasi) dan (2) perorangan (pengrajin/industri rumah tangga, petani, peternak, nelayan, perambah hutan, penambang, pedagang barang dan jasa) Badan Pusat Statistik mendefinisikan Usaha Mikro sebagai usaha yang memiliki tenaga kerja lebih dari 4 orang, usaha menengah adalah usaha yang memiliki tenaga kerja antara 20 orang hingga 99 orang.

Sedangkan Usaha Kecil sebagaimana dimaksud Undang Undang No.9 Tahun 1995 adalah usaha produktif yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah) per tahun serta dapat menerima kredit dari bank maksimal di atas Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp.500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).

World Bank mendefinisikan Usaha Kecil atau Small Enterprise, dengan kriteria: Jumlah karyawan kurang dari 30 orang; Pendapatan setahun tidak melebihi \$ 3 juta; Jumlah aset tidak melebihi \$ 3 juta. Usaha Menengah atau Medium Enterprise adalah usaha dengan kriteria : Jumlah karyawan maksimal 300 orang; Pendapatan setahun hingga sejumlah \$ 15 juta; Jumlah aset hingga sejumlah \$ 15 juta.

Namun demikian pengertian terbaru mengenai Usaha Kecil menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00(tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah). Sedangkan Usaha Menengah sebagaimana dimaksud Inpres No.10

tahun 1998 adalah usaha bersifat produktif yang memenuhi kriteria kekayaan usaha bersih lebih besar dari Rp.200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak sebesar Rp.10.000.000.000,00, (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta dapat menerima kredit dari bank sebesar Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) s/d Rp.5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah).

Pengertian Usaha Menengah menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar yang memiliki kekayaan bersih lebih

dari Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah). (Bank Indonesia; <http://infoukm.wordpress.com>).

Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omzet yang dimiliki oleh sebuah usaha. Tabel 1. Kriteria UMKM No Usaha

Kriteria	Asset	Omzet
1 Usaha Mikro	Maks. 50 juta	Maks. 300 juta
2 Usaha Kecil	>50 juta □ 500 juta	>300 juta □ 2,5 Miliar
3 Usaha Menengah	>500 juta □ 10 Miliar	>2,5 Miliar □ 50 Miliar

Sumber : Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2012 Lingkungan Mikro: The Resource-Based Perspective Perspektif berbasis sumber daya (The Resource-Based Perspective) terdiri atas dua bagian, yaitu sumber daya (resources) dan kemampuan (capabilities) yang bertujuan untuk untuk menjamin keunggulan kompetitif usaha.

Sumber daya (resources) berupa aset berwujud dan tidak berwujud terkait dengan usaha (Aragon-Sanchez & Sanchez-Marin, 2005), sedangkan kemampuan (capabilities) terkait dengan bagaimana perusahaan melakukan tugas dan kegiatan yang berbeda dan tergantung pada sumber daya yang tersedia (Grant, 1996). Literatur manajemen strategis menunjukkan sejumlah faktor penentu secara internal (atau aset strategis) keunggulan kompetitif dan kesuksesan perusahaan, termasuk modal teknologi dan inovasi (Hitt, Hoskisson & Ireland, 1990), praktek manajemen sumber daya manusia (Bacon et al.

1996), dan struktur internal (Feigenbaum & Karnani, 1991). Penelitian sebelumnya lebih menekankan pentingnya sumber daya tidak berwujud dan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif (Hall, 1992, 1993; Oliver, 1997), yang didasarkan pada pengetahuan implisit dan data non-kodifikasi, yang lebih sulit untuk ditiru oleh pihak lain (Peteraf, 1993). Modal intelektual (intellectual capital), termasuk manusia (karakteristik, pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan), organisasi (teknologi, proses, paten, dan jaringan), dan sosial (hubungan dengan pelanggan, pemasok, dan mitra) adalah aset strategis yang penting (Xu et al., 2007; Martinez-Roman, Gamero & Tamayo, 2011).

Sumber daya lainnya adalah berorientasi pada budaya, seperti karakteristik dan keterampilan interpersonal dari pemilik dan manajer dalam menciptakan hubungan perdagangan, jaringan, dan berhubungan dengan pelanggan dan mitra, profesionalisme dan pribadi yang bisa dipercaya (Grant, Golawala & McKechnie, 2007). Laforet dan Tann (2006) menemukan bahwa pendorong inovasi usaha kecil dan menengah dapat berupa komitmen pemilik / manajer terhadap proses baru dan pengembangan produk, fokus pelanggan, teknologi dan antisipasi pasar.

Lingkungan Makro: Inovasi Nasional dan Inovasi UKM Penelitian sebelumnya menggambarkan bahwa pengembangan yang berkelanjutan dan konsisten dari tingkat produktivitas dan daya saing berbasis ekonomi suatu negara memerlukan memanfaatkan sumber daya dan memperkuat investasi strategis di berbagai sektor (Cooke, Uranga & Etxebarria, 1997; Szirmai, Naude & Goedhuys, 2011). Nelson (1993) juga berpendapat bahwa ekosistem bisnis nasional dan regional yang mendukung inovasi masih perlu didefinisikan secara jelas.

Kajian tentang kapasitas dan sistem inovasi nasional dapat memberikan pemahaman yang lebih baik dari

aksesibilitas sumber daya eksternal dan kompetensi usaha dalam berinovasi. Kapasitas inovasi nasional adalah kemampuan bangsa untuk tidak hanya menghasilkan ide-ide baru, tapi juga untuk mengkomersilkan aliran teknologi inovatif dalam jangka panjang (Veuglers & Cassiman, 2005).

Dalam sistem inovasi nasional, pengetahuan disebarluaskan dalam perekonomian lokal dan ekonomi lokal dapat memperoleh peningkatan teknologi secara lebih cepat (Szirmai, Naude & Goedhuys, 2011). Lingkungan kelembagaan dapat berdampak pada bagaimana suatu perusahaan melakukan bisnis, mengelola orang, berhubungan dengan pelanggan, menghadapi pesaing, dan berinteraksi dengan lembaga-lembaga publik dan swasta (DiMaggio & Powel, 1983; Kostova & Zaheer, 1999).

Pemahaman tentang pentingnya perbedaan ini dapat menyebabkan perusahaan untuk menyelidikinya sehingga akan dapat mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dan menggunakan peluang lebih baik untuk inovasi (Chan & Makino, 2009). Oleh karena itu, pencarian ide-ide, mengakses pengetahuan dan informasi, dan memanfaatkan teknologi merupakan prasyarat untuk kegiatan inovatif. Misalnya, kegiatan internal UKM harus diintegrasikan dengan lingkungan eksternal mereka untuk dapat lebih kreatif dan imajinatif (Porter, 1980; Mahemba & De Bruijn, 2003).

Liao, Welsch, dan Stoica (2003) lebih menekankan pada respon dari UKM terhadap orientasi pertumbuhan jika mereka mengembangkan pengetahuan akuisisi eksternal dan penyebaran pengetahuan internal serta mengadopsi strategi dan pendekatan yang lebih proaktif (Al-Abd, Mezher, & Saleh 2012). Inovasi Inovasi merupakan pusat peranan usaha dalam masyarakat modern (Teece, 2010), yang dianggap sebagai pusat kegiatan yang melibatkan seluruh usaha dan kondisi perilaku untuk memfasilitasi penciptaan nilai keunggulan kompetitif dan kinerja bisnis (Zaltman, Duncan & Holbek, 1973; Rogers, 2003; Martinez-Roman, Gamero & Tamayo, 2011). Inovasi dapat memiliki arti yang berbeda dalam berbagai disiplin ilmu (O'Dwyer, Gilmore & Carson, 2011).

Kontribusi awal untuk literatur inovasi klasik salah satunya termasuk pandangan mikro-ekonomi pada inovasi (Schumpeter, 1993) yang mengandung inovasi kewirausahaan. Schumpeter (1993) juga menggunakan istilah "creative destruction" untuk menggambarkan proses penciptaan dan penemuan kembali untuk senantiasa memusnahkan yang lama dan membuat yang baru. Inovasi dapat berhubungan dengan kemampuan perusahaan untuk mencari cara-cara baru dan lebih baik untuk mengidentifikasi, memperoleh, dan menerapkan ide-ide dan tugas-tugas yang hadir dalam bentuk yang berbeda (yaitu manajemen dan sistem administrasi, budaya internal, proses, produk, jasa, saluran distribusi, dan metode segmentasi pemasaran) dalam organisasi (Slater & Narver, 1995; Drucker, 2003; Haour, 2004; Brem & Voigt, 2009; Hjalager, 2010).

Hal ini dapat digambarkan baik sebagai penemuan yang dapat dianggap benar-benar baru, perbaikan dari produk atau sistem yang ada, dan / atau difusi suatu inovasi yang ada dalam aplikasi baru (Zhuang, William & Carter, 1999) Inovasi selanjutnya dapat berkaitan dengan penciptaan bisnis baru dalam bisnis yang ada atau pembaharuan bisnis berkelanjutan yang telah menjadi stagnan atau membutuhkan transformasi (Slater 1997). Haour (2004) berpendapat bahwa inovasi dimanifestasikan dalam berbagai cara dan sangat sulit untuk diprediksi, baik dalam waktu dan konsekuensinya, yang dapat digambarkan sebagai sebuah inovasi inkremental (seperti: memanfaatkan teknologi yang ada, ketidakpastian yang rendah, dan meningkatkan keunggulan kompetitif dalam industri saat ini) atau inovasi radikal (seperti: mengeksplorasi teknologi baru,

ketidakpastian yang tinggi, dan perubahan dramatis dalam industri dan pasar saat ini atau baru) (O'Connor et al., 2008).

Jenis lain dari inovasi didasarkan pada karakteristik tertentu yang terkait dengan peningkatan kompetensi (competence enhancing) sebagai lawan dari competence destroying (Tushman & Anderson, 1986) dan secara teknis dalam hal administrasi (Damanpour, Szabat & Evan, 1989). Penelitian kepustakaan terhadap inovasi berfokus pada identifikasi dan pengukuran serta intensitas pengembangan sebagai indikator dalam perusahaan untuk mengevaluasi inovasi (Smith, 2005).

Indikator lainnya adalah sumber input (seperti: keuangan dan karyawan) dan tingkat kolaborasi antara perusahaan-perusahaan komersial, lembaga akademik maupun laboratorium penelitian yang pada akhirnya akan menimbulkan pengenalan proses, produk, atau jasa baru (Hjalager, 2010). Selanjutnya, kegiatan inovasi dan pertumbuhan kinerja bisnis perusahaan dapat dievaluasi dengan menggunakan indikator lain yang meliputi pertumbuhan penjualan, laba atas investasi, pengembalian aset, dan kapitalisasi pasar.

Tiga dimensi ternyata penting dan signifikan secara statistik, seperti pertumbuhan penjualan, laba atas modal yang diinvestasikan, serta inovasi dibandingkan dengan rata-rata industri (Miller & Floricel, 2004). Kinerja Pertumbuhan Bisnis Sehubungan dengan ulasan literatur mengenai kinerja pertumbuhan bisnis, Zahra, Nielsen, dan Bognar (1999) menegaskan bahwa inovasi semakin dipandang baik sebagai faktor penunjang kinerja pertumbuhan bisnis yang lebih tinggi maupun sebagai faktor penguatan untuk keunggulan kompetitif perusahaan di sejumlah industri (Mone, McKinley & Barker 1998; Gunasekaran, Forker & Koku 2000; Sanz-Valle & Jimenez-Jimenez 2011).

Kinerja bisnis perusahaan dapat ditentukan oleh kemampuan inovasi dan investasi (Ali, Ciftci & Cready, 2008; Francis et al., 2012). Hult, Hurley, dan Ksatria (2004) berpendapat bahwa penerapan inovasi umumnya ditujukan untuk memberikan kontribusi terhadap kinerja atau efektivitas perusahaan. Usaha kecil dan menengah lebih dikenal karena kreativitas mereka, menciptakan produk baru dan pengembangan layanan (Kenny & Reedy 2006). Namun, UKM kadang-kadang tidak berhasil mengenali peluang yang tersedia di pasar, termasuk fleksibilitas untuk menyesuaikan produk dan jasa untuk kebutuhan pelanggan mereka (O'Regan, Ghobadian & Sims, 2006).

Oleh karena itu, perusahaan harus mampu untuk menjadi pesaing kuat, cerdas, dan inovatif, atau pengguna pertama dalam pasar dalam rangka untuk lebih berkembang dalam jangka panjang (Beinhocker, 1997). UKM dengan perilaku inovatif memiliki pandangan yang sesuai terhadap rintangan dan hambatan sebagai kesempatan belajar dalam menghadapi kemungkinan peristiwa negatif (Mahemba & De Bruijn, 2003). Keskin (2006) juga berpendapat bahwa UKM dengan kemampuan inovatif dapat memiliki efek positif terhadap kinerja pertumbuhan bisnis mereka.

Inovasi positif dapat mempengaruhi kinerja pertumbuhan bisnis perusahaan (Otero-Neira, Lindman & Fernandez, 2009). Untuk mengevaluasi kinerja bisnis dan pertumbuhan yang dicapai UKM, kelompok indikator yang berbeda seperti produk dan layanan baru, pertumbuhan penjualan, profitabilitas, produktivitas, pangsa pasar, inovasi, dan kepuasan pelanggan (Aragon-Sanchez & Sanchez-Marin, 2005). Indikator ini telah banyak digunakan dalam berbagai penelitian dalam rangka untuk mengevaluasi kinerja pertumbuhan bisnis

(Hadjimanolis, 1999; Mahemba & De Bruijn, 2003).

Pendekatan serupa juga digunakan untuk mengevaluasi kinerja pertumbuhan bisnis UKM di pasar Indonesia yang sedang berkembang untuk membedakan antara perusahaan sesuai dengan praktek inovasi mereka. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: H1: Lingkungan mikro berpengaruh signifikan terhadap inovasi UKM. H2: Lingkungan makro berpengaruh signifikan terhadap inovasi UKM. H3: Lingkungan mikro berpengaruh signifikan terhadap kinerja pertumbuhan bisnis UKM.

H4: Lingkungan makro berpengaruh signifikan terhadap kinerja pertumbuhan bisnis UKM. H5: Inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pertumbuhan bisnis UKM. Kerangka konseptual penelitian ini sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1. Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian METODE ANALISIS Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dengan pertimbangan berdasarkan kepada tujuan penelitian, model, dan hipotesis yang dikembangkan.

Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti untuk membangun bukti statistik pada kekuatan hubungan antar variabel (Malhotra, 2004; Zikmund & Babin, 2007). Metode survei dipergunakan untuk mengumpulkan data karena memiliki banyak keunggulan (Kumar et al., 1999; Hair et al., 2006; Sekaran, 2005; Zikmund & Babin, 2007). Penelitian ini menggunakan pendekatan random sampling untuk mempermudah generalisasi temuan (Leary, 2004; Yu & Cooper, 1983). Sampel penelitian ini berjumlah 330 di tingkat manajemen senior UKM di Provinsi Aceh, dengan pertimbangan ukuran sampel adalah 5-10 kali jumlah variabel manifest (indikator) dari keseluruhan variabel laten (Solimun, 2002).

Karena dalam penelitian ini jumlah indikator seluruhnya adalah 66 maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian adalah  $66 \times 10 = 330$ . Informan kunci adalah manajemen senior yang memiliki tanggung jawab manajemen dan kontrol atas semua kegiatan terutama menyangkut inovasi dan memiliki pemahaman secara menyeluruh terkait strategi perusahaan dan hal-hal yang berkaitan dengan praktek-praktek inovatif UKM sehingga dapat menjamin keandalan informasi yang diberikan, yang terdiri atas Direktur Utama/Manajer Umum/Pemilik, Direktur/Kepala/Manajer Senior, dan Supervisor/Manajer.

Pendekatan top-down dipilih untuk mengeksekusi kuesioner karena sifat dari informasi dan data yang dibutuhkan dapat disediakan dengan baik oleh pemilik/pengelola usaha (Mahemba & De Bruijn, 2003; Martinez-Romawi, Gamer & Tamayo, 2011). Data yang diperoleh selanjutnya diinput ke dalam komputer dengan menggunakan sejumlah program perangkat lunak statistik (yaitu SPSS 20.0 dan The Structural Equation Modelling (SEM) dari paket software statistik AMOS 20.0)

untuk memperoleh hasil analisis statistik deskriptif dan inferensial, serta untuk menguji model konseptual hipotesis (Barclay, Higgins & Thompson, 1995; Tabachnick & Fidell, 2001; Manning & Munro, 2006). HASIL DAN PEMBAHASAN Strategi penelitian survei dengan penyebaran kuesioner dipilih untuk menguji 330 sampel data dari Usaha Kecil dan Menengah dengan menggunakan teknik disproportional stratified sampling dimana 325 kuesioner telah kembali, 324 kuesioner dapat digunakan, dan satu kuesioner tidak lengkap atau rusak.



Allocca dan Kessler (2006) berpendapat bahwa sampel efektif berjumlah 324 dapat diproses ketahap lebih lanjut, yang mewakili 98,18% dari total kuesioner yang disebarkan (Sekaran, 2003). Hasil karakteristik demografi responden menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki (77,16%), berusia antara diatas 40 tahun (33,33%), status sudah menikah (87.96%) dan jabatan sebagai Direktur Utama/Manajer Umum/Pemilik (73.15%). Sebagaimana disajikan pada Tabel 2. Tabel 2.

Karakteristik Demografi Responden Kategori Frekuensi Persentase Jenis Kelamin Laki-Laki 250 77,16% Perempuan 74 22,84% Usia 21-25 Tahun 4 1,23% 26-30 Tahun 43 13,27% 31-35 Tahun 78 24,07% 36-40 Tahun 91 28,09% > 40 Tahun 108 33,33% Status Perkawinan Belum Menikah 39 12,04% Menikah 285 87,96% Jabatan Direktur Utama/Manajer Umum/Pemilik 237 73,15% Direktur/Kepala/Manajer Senior 74 22,84% Supervisor/Manajer 13 4,01% Jumlah 324 100% Empat dimensi dan 66 item yang dievaluasi dengan menggunakan EFA.

Untuk pengujian EFA pertama, 12 item yang memiliki faktor loadings kurang dari 0,60 didrop atau dihapus. Untuk pengujian EFA kedua seluruh item memiliki faktor loadings diatas 0,60, nilai KMO variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,925, menunjukkan bahwa data cukup kuat dan handal. Nilai uji Bartlett yang  $\chi^2 = 2323,825$ ;  $df = 205$  dan  $p = 0,000$ , yang berarti bahwa semua item dalam penelitian ini adalah cukup memadai bagi penelitian dalam ilmu sosial dan untuk analisis faktor.

Koefisien Cronbach alpha semua dimensi berada diantara 0,872 dan 0,891, yang melampaui kriteria yang dipersyaratkan dan mengindikasikan keandalan internal dari instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsisten dan sesuai untuk penelitian dalam ilmu sosial. Sehingga, empat faktor dan 54 item ditetapkan untuk mengidentifikasi konstruk. Pengujian Asumsi Normalitas data dapat ditunjukkan dengan adanya Critical Ratio (CR) dengan nilai ambang batas sebesar  $\leq 2,58$  pada tingkat signifikansi 0,01 (1%) (Ferdinand, 2002). Hasil pengujian menunjukkan data tersebut tidak memiliki nilai CR yang lebih besar dari  $\leq 2,58$ .

Selain itu nilai CR multivariate Skewness sebesar 1,637 dan CR kurtosis sebesar 1,577 di bawah 2,58 dengan demikian data tersebut berdistribusi normal, pada tingkat univariate dan multivariate. Deteksi terhadap adanya outlier univariate dapat dilakukan dengan menentukan nilai ambang batas yang akan dikategorikan sebagai outliers dengan cara mengkonversi nilai data penelitian ke dalam standard score atau yang biasa disebut Z-score, yang mempunyai rata-rata nol dengan standar deviasi sebesar satu.

Penggunaan ambang batas 3,00 adalah merujuk pada Hair,et.al (2010). Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Z-score = 3 masih berada dalam nilai ambang batas dengan jumlah sampel 324 observasi. Dengan demikian tidak ada outlier univariate. Dari Text Output yang dihasilkan oleh AMOS untuk data penelitian ini didapat hasil Determinant of sample covariance matrix =  $4,7179e-006$ . Angka tersebut besar karena jauh dari nol. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas atau singularitas dalam data penelitian ini.

Dengan demikian asumsi SEM sudah dapat dipenuhi. Uji Kesesuaian dan Uji Statistik Uji terhadap model menunjukkan bahwa model ini fit terhadap data yang digunakan dalam penelitian seperti terlihat dari tingkat probability sebesar 0,226 yang sesuai syarat ( $> 0,05$ ). Tingkat signifikansi terhadap Chi-Square model

sebesar 175,200; nilai RMSEA, GFI, indeks Cmin/df, TLI, dan CFI berada dalam rentang nilai yang diharapkan meskipun AGFI dan GFI diterima secara marginal. Tabel 3.

Indeks Pengujian Kelayakan Structural Equation Model Goodness of Fit Index Cut-off Value Hasil Analisis Evaluasi Model Chi-square ( $\chi^2$ ) Chi-square 175,200 Baik Degree of freedom 162 Probability  $p > 0,05$  (Jöreskog & Sörbom, 1992) 0,226 Baik Absolute fit measures GFI  $> 0,90$  (MacCallum & Hong, 1997) 0,887 Marginal RMSEA  $< 0,10$  (Steiger, 1990) 0,026 Baik Incremental fit measures CFI  $> 0,90$  (Gerbing & Anderson, 1992) 0,986 Baik Parsimony fit measurement AGFI  $> 0,80$  (MacCallum & Hong, 1997) 0,853 Marginal Berdasarkan kriteria-kriteria goodness of fit pada Tabel 3, maka dapat disimpulkan bahwa model struktural (SEM) yang dispesifikasi dalam penelitian ini telah fit dengan data.

Interpretasi dan Modifikasi Model Setelah asumsi permodelan SEM terpenuhi, maka selanjutnya akan dilakukan analisis dan interpretasi terhadap parameter estimasi (standardized regression weight) antar konstruk laten. Parameter estimasi antar variabel laten yang dimaksudkan untuk menguji hipotesis-hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Adapun hasil estimasi untuk parameter estimasi antar variabel laten beserta keputusan yang diambil ditampilkan dalam Tabel 4. Tabel 4.

Penujian Hipotesis Jalur Hipotesis Std. Estimate Critical Ratio Hipotesis H1: Lingkungan Mikro ( Inovasi UKM 0,252 2,273\*\*\* Terima H2: Lingkungan Makro ( Inovasi UKM 0,403 3,404 Tolak H3: Lingkungan Mikro ( Kinerja Pertumbuhan Bisnis 0,281 3,025\*\* Terima H4: Lingkungan Makro ( Kinerja Pertumbuhan Bisnis 0,444 4,028 Tolak H5: Inovasi UKM ( Kinerja Pertumbuhan Bisnis 0,222 2,081\* Terima \* signifikan pada  $p < 0,05$ . \*\* signifikan pada  $p < 0,01$ . \*\*\* signifikan pada  $p < 0,001$ .

Tabel 4 menunjukkan bahwa standardised estimate ( $\beta$ ) dari jalur lingkungan mikro dan inovasi UKM (0,252), lingkungan mikro dan kinerja pertumbuhan bisnis (0,281), serta inovasi UKM dan kinerja pertumbuhan bisnis UKM (0,222) yang seluruhnya signifikan. Oleh karena itu, hipotesis 1, 3, dan 5 diterima. Namun standardised estimate ( $\beta$ ) dari jalur lingkungan makro dan inovasi UKM (0,403) serta lingkungan makro dan kinerja pertumbuhan bisnis (0,444) seluruhnya tidak signifikan. Oleh karena itu, hipotesis 2 dan 4 ditolak. Gambar 2.

Model SEM Pembahasan Hasil Penelitian Hasil pengujian hipotesis 1 dan 3 menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara lingkungan mikro terhadap inovasi UKM dan kinerja pertumbuhan bisnis UKM, hal ini konsisten dengan beberapa hasil kajian sebelumnya (McGinnis & Ackelsberg, 1983; Salavou, Baltas & Lioukas, 2004; Aragon-Sanchez & Sanchez-Marin, 2005; Blumentritt & Danis, 2006). Dasar pemikiran untuk hasil temuan ini adalah bahwa pemilik / pengelola UKM telah melakukan penetapan prioritas dan arah strategis untuk mengadopsi dan / atau menghasilkan inovasi, yang berpusat pada menggabungkan inovasi sebagai tujuan strategis dan berorientasi masa depan untuk aktivitas mereka di pasar, yang berfokus pada tujuan jangka panjang, menjajaki peluang baru, berpartisipasi secara proaktif dalam inisiatif baru, dan mengalokasikan sumber daya untuk kegiatan penelitian dan pengembangan.

Hasil temuan ini juga sejalan dengan studi penelitian sebelumnya khususnya dalam bidang budaya organisasi (Feigenbaum & Karnani, 1991; Nootboom, 1994; Hurley & Hult, 1998; Kenny & Reedy, 2006; Keskin, 2006; Naranjo-Valencia, Jimenez-Jimenez & Sanz-Valle, 2011). Rasionalisasi dari hasil temuan ini dapat dijelaskan bahwa budaya internal pada masing-masing UKM diarahkan dan dilaksanakan melalui pendekatan inovatif

(seperti: berpikir bebas, menghasilkan dan menindaklanjuti ide, belajar dari pengalaman, dan berani mengambil risiko), proses belajar (seperti: menerima dan mengadopsi ide-ide baru dan ide-ide eksternal serta berbagi dan bertukar pengetahuan dan keterampilan baru) dan sebahagian besar UKM memiliki struktur internal yang sederhana dan fleksibel.

Hasil temuan ini juga sejalan dengan studi penelitian sebelumnya khususnya dalam bidang aliansi dan kerja sama (Eisenhardt & Schoonhoven, 1996; Stuart, 2000; Hoffmann & Schlosser, 2001; Aragon-Sanchez & Sanchez-Marin, 2005). Hal ini dapat dijelaskan bahwa terdapat banyak persyaratan dalam menggunakan jaringan dan hubungan bisnis untuk berkolaborasi secara lebih efektif dengan para pemasok, sub-kontraktor, dan jasa lain, serta untuk mengidentifikasi mitra strategis dan industri pendukung untuk mengeksplorasi pengetahuan baru dan kompetensi, meningkatkan sumber daya internal, berkolaborasi pada penelitian dan pengembangan, dan berbagi manfaat inovasi dan risiko, meskipun ada juga sejumlah UKM yang masih tergantung pada perilaku bisnis individualistik (yaitu hubungan pribadi dan jaringan sosial) dan memiliki aliansi yang terbatas.

Hasil pengujian hipotesis 2 dan 4 menunjukkan adanya pengaruh tidak signifikan antara lingkungan makro terhadap inovasi UKM dan kinerja pertumbuhan bisnis UKM, hal ini tidak konsisten dengan beberapa hasil kajian sebelumnya (Smith, 1997; Mole & Worrall, 2001; Zhu, Wittmann & Peng, 2011). Dasar pemikiran untuk hasil temuan ini adalah bahwa terdapat rendahnya kesepahaman dalam hal kebijakan, infrastruktur, dan sistem pendukung kelembagaan Pemerintah Provinsi Aceh untuk mempromosikan inovasi yang belum sepenuhnya diarahkan pada UKM untuk terlibat dalam kegiatan yang lebih inovatif.

Hasil temuan ini juga tidak sejalan dengan studi penelitian sebelumnya khususnya dalam bidang sumber daya keuangan UKM (Smith, 1997; Mole & Worrall, 2001; Zhu, Wittmann & Peng, 2011). Rasionalisasi dari hasil temuan ini dapat dijelaskan bahwa sebahagian besar UKM di Provinsi Aceh mengalami kesulitan dalam mendapatkan akses bantuan dana, kredit, dan modal usaha dari instansi pemerintah dan lembaga-lembaga keuangan.

Demikian juga peran inisiatif kebijakan pemerintah untuk mendukung pengembangan UKM dan industri melalui kemitraan dan inovasi melalui pengembangan lembaga akademik / lembaga penelitian sebagai pusat transfer teknologi masih lemah, hal ini diakibatkan oleh rendahnya partisipasi dalam penelitian dan transfer teknologi melalui kegiatan kolaborasi antara akademisi dan industri. Hasil pengujian hipotesis 5 menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara inovasi UKM terhadap kinerja pertumbuhan bisnis UKM, hal ini konsisten dengan beberapa hasil kajian sebelumnya (Mone, McKinley & Barker, 1998; Gunasekaran, Forker & Kobu, 2000; Hult, Hurley & Knight, 2004; Talke, Salomo & Kock, 2011).

Inovasi dan pentingnya inovasi tersebut diakui memiliki pengaruh positif terhadap pembangunan ekonomi, keunggulan kompetitif, dan kinerja perkembangan usaha (Francis et al., 2012). UKM dapat mencapai kinerja pertumbuhan bisnis yang lebih tinggi dengan pemilihan pasar operasi mereka secara cermat, dengan khususnya berfokus pada kelompok produk dan jenis inovasi tertentu, menghindari penyebaran kegiatan pemasaran, berusaha untuk menghindari pasar yang didominasi oleh perusahaan-perusahaan besar, dan mempertimbangkan situasi ekonomi dalam memperkenalkan inovasi (Adams & Hall, 1993).

KESIMPULAN Inovasi dapat menjadi aktivitas integral yang melibatkan seluruh UKM dan kondisi perilaku, yang lebih terkait dengan kemampuan UKM dalam mencari dan menemukan cara-cara baru yang lebih baik untuk mengidentifikasi, memperoleh, dan menerapkan ide-ide. Agar inovasi hadir dalam suatu usaha, UKM perlu menumbuhkan lingkungan eksternal dan internal dan faktor penentu serta kekuatan pendorong agar dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap potensi inovatif dan kegiatan inovatif secara berkelanjutan.

Penelitian ini lebih lanjut memberikan kontribusi untuk literatur pemasaran dan manajemen inovasi dengan menganalisis data dari kawasan Indonesia, khususnya Provinsi Aceh. Pemerintah diharapkan untuk dapat menetapkan rencana inovasi nasional, kebijakan dan program dukungan dengan lebih banyak memberikan perhatian kepada kegiatan UKM. Hal ini dapat dilakukan dengan reformasi khusus yang diarahkan pada upaya peningkatan daya saing nasional melalui inovasi di masing-masing daerah dengan pendekatan berbeda terkait dengan infrastruktur, dukungan kelembagaan, perangkat hukum dan kerangka regulasi, mekanisme pendanaan, pendidikan dan pengembangan kapasitas pelaku usaha serta struktur pasar yang memihak pada pelaku usaha. DAFTAR PUSTAKA Adams, G. dan Hall, G. 1993. Influences on Growth of SMEs: An International Comparison.

Entrepreneurship and Regional Development International Journal, Vol.5, No.1, pp.73-84. Aharoni, Y. 1994. How Small Firms Can Achieve Competitive Advantages in an Interdependent World, in T. Agmon and R. Drobnick (eds.). Small Firms in Global Competition, N.Y.: Oxford University Press Al-Abd, Y, Mezher, T dan Al-Saleh, Y 2012. Toward Building a National Innovation System in UAE. paper presented at the Technology Management for Emerging Technologies (PICMET) Conference, British Columbia, 29 July. Ali, A. Ciftci, M. dan Cready, W. 2008.

Does the Market Underestimate the Implications Of Changes in R&D investment for Future Earnings?. Working Paper, University of Texas at Dallas and SUNY at Binghamton. Allocca, M.A. dan Kessler, E.H. 2006. Innovation Speed in Small and Medium-Sized Enterprises. Creativity and Innovation Management, Vol.15, No.3, pp.279-295. Aragon-Sanchez, A. dan Sanchez-Marin, G. 2005. Strategic Orientation, Management Characteristics, and Performance: A Study of Spanish SMEs. Journal of Small Business Management, Vol.43, No.3, pp.287-308. Avci, U. Madanoglu, M. dan Okumus, F. 2011.

Strategic Orientation and Performance of Tourism Firms: Evidence from a Developing Country. Tourism Management, Vol.32, pp.147-157. Bacon, N. Ackers, P. Story, J. dan Coates, D. 1996. It's a Small World: Managing Human Resources in Small Businesses. International Journal of Human Resources Management, Vol.7, No.1, pp.82-100. Badan Pusat Statistik (BPS). 2015. Jumlah Usaha Kecil, Menengah dan Besar Menurut Sektor Ekonomi Tahun 2012 - 2015, Badan Pusat Statistik. Retrieved April 19, 2016, from <http://www.bps.go.id> Badan Pusat Statistik (BPS). 2016. Sensus Ekonomi Tahun 2016, Badan Pusat Statistik.

Retrieved November 29, 2016 from <http://www.bps.go.id> Bank Indonesia; <http://infoukm.wordpress.com> Barclay, D, Higgins, C dan Thompson, R. 1995. The Partial Least Squares (PLS) Approach to Causal Modeling: Personal Computer Adoption and Use as an Illustration. Technology Studies, vol.2, no.2, pp.285-309. Beinhocker, E.D. 1997. Strategy at the Edge of Chaos. McKinsey Quarterly, No.1, pp.24-39. Bijmolt, T. dan P.S.Zwart. 1994. The Impact of Internal Factors on Export Success of Dutch Small and Medium-Sized

Firms. *Journal of Small Business Management*, 32(2). Blumentritt, T. dan Danis, W.

2006. Business Strategy Types and Innovative Practices. *Journal of Management Issues*, Vol.18, No.2, pp.274-291. Bougrain, F dan Haudeville, B. 2002. Innovation, Collaboration, and SMEs Internal Research Capacities. *Research Policy*, vol.31, no.5, pp.735-747. Brem, A. and Voigt, K-I. 2009. Integration of Market Pull and Technology Push in the Corporate Front End and Innovation Management-Insights from the German Software Industry. *Technovation*, Vol.29, No.5, pp.351-367. Byrne, BM. 2001.

Structural Equation Modeling with AMOS, EQS, and LISREL: Comparative approaches to testing for the factorial validity of a measuring instrument. *International Journal of Testing*, vol.1, no.1, pp.55-86. Cefis, E. dan Marsili, O. 2005. A Matter of Life and Death: Innovation and Firm Survival. *Industrial and Corporate Change*, Vol.14, No.6, pp.1167-1192. Chan, C dan Makico, S. 2004. Legitimacy and Multi-Level Institutional Environments: Implications For Foreign Subsidiary Ownership Structure. *Journal of International Business Studies*, vol.38, no.4, pp.621-638. Chirico, F. dan Salvato, C. 2008. Knowledge Integration and Dynamic Organizational Adaptation in Family Firms. *Family Business Review*, Vol.21, No.2, pp.169-181. Cooke, P, Uranga, M dan Etzebarria, G. 1997. Regional Innovation Systems: Institutional and Organizational Dimensions. *Research Policy*, vol.26, no.4/5, pp.475-491. Damanpour, F, Szabat, K dan Evan, W. 1989. The Relationship Between Types of Innovation and Organizational Performance.

*Journal of Management Studies*, vol.26, no.6, pp.587-601. Davila, T. Epstein, M. dan Shelton, R. 2006. *Making Innovation Work: How to Manage it, Measure it, and Profit From it*, Wharton School Publishing, Upper Saddle River. Deshpande, R, Farley, J dan Webster, F. 1993. Corporate Culture, Customer Orientation, and Innovativeness in Japanese Firms: A quadrate Analysis. *Journal of Marketing*, vol.57, no.1, pp.2357. Dharmanegara, I.B.A. Sitiari, N.W. dan Wirayudha, D.G.N. 2016.

Job Competency and Work Environment: the Effect on Job Satisfaction and Job Performance Among SMEs Worker. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*. Vol. 18, Issue 1.Ver. II (Jan. 2016). PP 19-26. DOI: 10.9790/487X-18121926 DiMaggio, PJ dan Powell, WW. 1983. The Iron Cage Revisited - Instructional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, vol.48, no.2, pp.147-160. Dougherty, D. dan Hardy, C. 1996. Sustained Product Innovation in Large, Mature Organizations: Overcoming Innovation-To-Organization Problems.

*Academy of Management Journal*, Vol.39, pp.1120-1153. Drucker, P. 2003. The Discipline of Innovation. in *Harvard Business Review on the Innovative Enterprise*, Harvard Business School Press, Cambridge. Eisenhardt, K.M. dan Schoonhoven, C.B. 1996. Resource-Based View of Strategic Alliance Formation: Strategic and Social Effects in Entrepreneurial Firms. *Organization Science*, Vol.7, No.2, pp.136-150. Ellonen, H-K. Jantunen, A. dan Kuivalainen, O. 2011. The Role of Dynamic Capabilities in Developing Innovation-Related Capabilities.

*International Journal of Innovation Management*, Vol.15, No.3, pp.459-478. Feigenbaum, A. dan Karnani, A. 1991. Output Flexibility: a Competitive Advantage for Small Firms. *Strategic Management Journal*, Vol.12, No.2, pp.101-114. Ferdinand, Augusty. 2002. *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*, Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro.Semarang Francis, B. Hasan, I. Huang, Y. dan

Sharma, Z. 2012. Do Banks Value Innovation? Evidence from US Firms. *Financial Management*, Vol.41, No.1, pp.159-185. Gao, GY, Zhou, KZ dan Yim, CK. 2007.

On What Should Firms Focus in Transitional Economies? A Study of the Contingent Value of Strategic Orientations in China. *International Journal of Research in Marketing*, vol.24, pp.3-15. Gomez Arias, JT. 1995. Do Networks Really Foster Innovation?. *Management Decision*, vol.33, no.9, pp.52-56. Grant, J. Golawala, F. dan McKechnie, D. 2007. The United Arab Emirates: The Twenty-First-Century Beckons. *Thunderbird International Business Review*, Vol.49, No.4, pp.507-533. Grant, R.M. 1996. Toward a Knowledge-Based Theory of the Firm. *Strategic Management Journal*, Vol.17, pp.109-122. Gunasekaran, A. Forker, L.

dan Kobu, B. 2000. Improving Operations Performance in a Small Company: A Case Study. *International Journal of Operations and Production Management*, Vol.20, No.3, pp.1-14. Hadjimanolis, A. 1999. Barriers to Innovation for SMEs in a Small Less Developed Country (Cyprus). *Technovation*, Vol.19, No.9, pp.561-570. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., dan Tatham, R. L. 2006. *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). New Jersey: Pearson Education International. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., dan Anderson, R. E. 2010. *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed.). Upper Saddle River: Pearson Education.

Hair, J.F. Black, W.C. Babin, B.J. dan Anderson, R. E. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Pearson, NJ: Pearson Education Inc. Hall, R. 1992. The Strategic Analysis of Intangible Resources. *Strategic Management Journal*, Vol.13, No.2, pp.135-149. Hall, R. 1993. A Framework Linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive Advantage. *Strategic Management Journal*, Vol.14, No.8, pp.607-618. Haour, G. 2004. *Resolving the Innovation Paradox, Enhancing Growth in Technology Companies*, Palgrave MacMillan, New York. Hertog, S. 2010.

Benchmarking SME Policies in the GCC: A Survey of Challenges and Opportunities, Euro Chamber, Brussels. Hitt, M. Hoskisson, R. dan Ireland, R. 1990. Mergers and acquisitions and managerial commitment to innovation in M-form firms. *Strategic Management Journal*, Vol.11, pp.29-47. Hjalager, A-M. 2010. A Review of Innovation Research in Tourism. *Tourism Management*, Vol.31, pp.1-12. Hoffmann, W. dan Schlosser, R. 2001. Success Factors of Strategic Alliances in Small and Medium-Sized Enterprises: An Empirical Study. *Long Range Planning*, Vol.34, No.3, pp.357-381. Hossain, M. 2013.

Open Innovation: So Far and Away Forward. *World Journal of Science, Technology and Sustainable Development*, vol.10, no.1, pp.30-41. Hult, G.T. Hurley, R.F. dan Knight, G.A. 2004. Innovativeness: Its Antecedents and Impact on Business Performance. *Industrial Marketing Management*, Vol.33, No.5, pp.429-438. Hurley, R.F. dan Hult, G.T. 1998. Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination. *Journal of Marketing*, Vol.62, No.3, pp.42-54. Kenny, B. dan Reedy, E. 2006. The Impact of Organizational Culture Factors on Innovation Levels in SMEs: an Empirical Investigation.

*Irish Journal of Management*, Vol.27, No.2, pp.119-142. Keskin, H. 2006. Market Orientation, Learning Orientation, and Innovation Capabilities in SMEs: an Extended Model. *European Journal of Innovation Management*, Vol.9, No.4, pp.396-417. Kostova, T dan Zaheer, S. 1999. Organizational Legitimacy Under Conditions of Complexity: The Case of the Multinational Enterprises. *Academy of management Review*, vol.24, no.1, pp.64-81. Kumar, V., Aaker, D. A., dan Day, G. S. 1999. *Essentials of Marketing Research*.

New York: John Wiley dan Sons, Inc. Kushnir, K., M.L. Mirmulstein dan R. Ramalho. 2010. Micro Small and Medium Term Enterprise around the World: How Many are There and What Affects the Count?. World Bank and IFC MSME Country Indicators. Laforet, S dan Tann, J. 2006. Innovative Characteristics of Small Manufacturing Firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol.13, no.3, pp.363-380. Laforet, S dan Tann, J. 2006. Innovative Characteristics of Small Manufacturing Firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol.13, no.3, pp.363-380.

Leary, M. R. 2004. *Introduction to Behavioral Research Methods* (4th ed.). Boston: Pearson. Liao, J, Welsch, H dan Stoica, M. 2003. Organizational Absorptive Capacity and Responsiveness: An Empirical Investigation of Growth-Oriented SMEs. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 28, no.1, pp.63-85. Mahemba, C.M. dan De Bruijn, E.J. 2003. Innovation Activities by Small and Medium-Sized Manufacturing Enterprises in Tanzania. *Creativity and Innovation Management*, Vol.12, No.3, pp.162-173. Malhotra, N. K. 2004. *Marketing research: An Applied Orientation*. New Jersey: Pearson Education International.

Manning, M. dan Munro, D. 2007. *The Survey Researcher's SPSS Cookbook*, Pearson Education Australia, Sydney. Martinez-Roman, J. Gamero, J. dan Tamayo, J. 2011. Analysis of Innovation in SMEs Using an Innovative Capability-Based Non-Linear Model: A Study in The Province of Seville (Spain). *Technovation*, Vol.31, No.9, pp.459-475. Martins, E. dan Terblanche, F. 2003. Building Organizational Culture That Stimulates Creativity and Innovation. *European Journal of Innovation Management*, Vol.6, No. 1, pp.64-74. McGinnis, M.A. dan Ackelsberg, R.M. 1983. Effective Innovation Management: Missing Link in Strategic Management. *Journal of Business Strategy*, Vol.4,

No.1, pp.59-66. Miller, R dan Floricel, S. 2004. Value Creation and Games of Innovation. *Research-Technology Management*, vol.47, no.6, pp.25-37 Mole, K. dan Worrall, L. 2001. Innovation, Business Performance, and Regional Competitiveness in the West Midlands: Evidence from the West Midlands business survey. *European Business Review*, Vol.13, No.6, pp.353-364. Mone, M. McKinley, W. dan Barker, V. 1998. Organizational Decline and Innovation: a Contingency Framework. *Academy of Management Review*, Vol.23, No.1, pp.115-132. Mourougane, A. 2012.

Promoting SME Development in Indonesia, OECD Economics Department Working Papers, ECONOMICS DEPARTMENT WORKING PAPERS No. 995, ECO/WKP(2012)72, 7-Oct-2012, Mytelka, L.K. 2000. Local Systems of Innovation in a Globalised World Economy. *Industry and Innovation*, Vol.7, No.1, pp.15-32. Narain, Sailendra. 2003. Institutional Capacity-Building for Small and Medium-Sized Enterprise Promotion and Development, *Investment Promotion and Enterprise Development Bulletin for Asia and the Pacific*, No. 2, Bangkok UN-ESCAP. Nelson, AJ. 2011.

Managing Collaborations at the University-Industry Interface: An Exploration of the Diffusion of PCR and rDNA. Paper presented to the Davis Conference on Qualitative Research, Davis, 01 October. Nelson, R. 1993. *National Systems of Innovation*, Oxford University Press, New York. Nootboom, B. 1994. Innovation and Diffusion in Small Firms: Theory and Evidence. *Small Business Economics*, Vol.6, No.5, pp.327-334. O'Connor, G, Leifer, R, Paulson, A dan Peters, L. 2008.

Grabbing Lightning: Building a Capability for Breakthrough Innovation, Jossey-Bass, San Francisco.

O'Dwyer, M. Gilmore, A. dan Carson, D. 2011. Strategic Alliances as an Element of Innovative Marketing in SMEs. *Journal of Strategic Marketing*, Vol.19, No.1, pp.91-104.

O'Regan, N, Ghobadian, A dan Sims, M. 2006. Fast Tracking Innovation in Manufacturing SMEs. *Technovation*, vol.26, no.2, pp.251-261.

Oliver, C. 1997. Sustainable Competitive Advantage: Combining Institutional and Resource-Based View. *Strategic Management Journal*, Vol.18, No.9, pp.697-713.

Otero-Neira, C.

Lindman, M. dan Fernandez, M. 2009. Innovation and Performance in SME Furniture Industries: An International Comparative Case Study. *Marketing Intelligence and Planning*, Vol.27, No.2, pp.216-232.

Peebles, E. 2003. Inspiring Innovation. *Harvard Business Review on the Innovative Enterprise*, Harvard Business School Press, Cambridge, pp.89-110.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Government Regulation Number 17 of 2013 of Implementation of Indonesia SMEs Law). Peteraf, M.A. 1993. *The Cornerstones of Competitive Advantage: a Resource-Based View*.

*Strategic Management Journal*, Vol.14, No.3, pp.179-191.

Piper, Randy P. 1997. *The Performance Determinants of Small and Medium-Sized Manufacturing Firms*, unpublished Ph.D. Dissertation, University of South Carolina.

Porter, M. 1998. Clusters and the New Economics of Competition. *Harvard Business Review*, November-December, pp. 77-90.

Porter, M. 2001. *Clusters of Innovation: Regional Foundation of U.S. Cooperativeness*. Washington DC; US Council on Cooperativeness.

Rahmana, Arief. 2008.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Informasi Terdepan tentang Usaha Kecil Menengah, (online). (<http://infoukm.wordpress.com>, diakses 15 November 2016)

Salavou, H. Baltas, G. dan Lioukas, S. 2004. Organizational Innovation in SMEs: The Important of Strategic Orientation and Competitive Structure. *European Journal of Marketing*, Vol.38, n.9/10, pp.1091-1112.

Salim, H. 2013. SMEs Development in Indonesia. 1st Meeting of the COMCEC Trade Working Group, Ankara: COMCEC, June; Ankara, Turkey

Sanz-Valle, R dan Jimenez-Jimenez, D. 2011.

Innovation, Organizational Learning, and Performance. *Journal of Business Research*, Vol.64, No.4, pp.408-417.

Schumpeter, J.A. 1993. *History of Economic Development*, Allan and Unwin, London.

Sekaran, U. 2005. *Research Methods for Business a Skill Building Approach* (4th ed.): John Wiley dan Sons.

Slater, S.F. dan Narver, J.C. 1995. Market Orientation and the Learning Organization. *Journal of Marketing*, Vol.58, pp.63-74.

Smith, K. 2005. *Measuring Innovation*. *Oxford Handbook of Innovation*, eds J Fagerberg, D Mowery and R Nelson, Oxford University Press, Oxford, pp.148-177.

Solimun. 2002.

Structural Equation Modeling Lisrel dan Amos, Penerbit Universitas Negeri Malang. Malang

Srinivasan, R, Lilien, G dan Rangaswamy, A. 2002. Technological Opportunism and Radical Technology Adoption: An Application to e-business. *Journal of Marketing*, vol.66, no.3, pp.47-60.

Stuart, T.E. 2000. Interorganizational Alliances and the Performance of Firms: a study of growth and innovation rates in a high-technology industry. *Strategic Management Journal*, Vol.21, No.8, pp.791-811.

Szirmai, A. Naude, W. dan Goedhuys, M. 2011. *Entrepreneurship, Innovation, and Economic Development*, Oxford University Press, Oxford.

Tabachnick, B.G. dan Fidell, L.S. 2001. *Using Multivariate Statistics*, Allyn and Bacon, Needham Heights.



Talke, K. Salomo, S. dan Kock, A. 2011. Top Management Team Diversity and Strategic Innovation Orientation: The Relationship and Consequences for Innovativeness and Performance. *Journal of Product Innovation Management*, Vol.28, No.6, pp.819-832. Tambunan, T. 2008. SME Development in Indonesia with Reference to Networking, Innovativeness, Market Expansion and Government Policy. in Hank Lim (ed..

□Asian SMEs and Globalization□, ERIA Research Project Report 2007 No. 5, Bangkok: JETRO. Teece, D. 2010. Technological Innovation and the Theory of the Firm: The Role of Enterprise-Level Knowledge, Complementarities, and Dynamic Capabilities. *Handbooks in Economics*, eds BH Hall and N Rosenberg, Elsevier Science Publishers, Amsterdam, Vol.1, pp.679-730. Thornburg, L. 1993. IBM Agent□s of Influence. *Human Resource Magazine*,38(2): 25-45. Tripsas, M dan Gavetti, G. 2000. Capabilities, Cognition, and Inertia: Evidence from Digital Imaging.

*Strategic Management Journal*, vol.21, no.10-11, pp.1147-1161. Tucker, R.B. 2002. *Driving Growth Through Innovation: How Leading Firms are Transforming Their Futures*, Berrett Koehler Publishers, San Francisco. Tushman, M dan Anderson, P. 1986. *Technological Discontinuities and Organizational Environments*. *Administrative Science Quarterly*, vol.31, no.3, pp.439-465. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2012 tentang Perkoperasian (Law of Republic of Indonesia Number 17 of 2012 of Co-operative).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Law of Republic of Indonesia Number 20 of 2008 of SMEs). Veugelers, R dan Cassiman, B. 2005. R&D Cooperation Between Firms and Universities: Some empirical evidence from Belgian manufacturing. *International Journal of Industrial Organization*, vol.23, no.5/6, pp.355-379. Voss, GB dan Voss, ZG. 2000. Strategic Orientation and Firm Performance in an Artistic Environment. *Journal of Marketing*, vol.64, no.1, pp.67-83. Wright, R. 2008.

How to Get The Most from University Relationships, *Sloan Management Review*,vol.49, no.3, pp.75-80. Xu, Q. Chen, J. Xie, Z. Liu, J. Zheng, G. dan Wang, Y. 2007. Total Innovation Management: A Novel Paradigm of Innovation Management in the 21st century. *Journal Technology Transfer*, Vol.32, No.1/2, pp.9-25. Yu, J., dan Cooper, H. 1983. A Quantitative Review of Research Design Effects on Response Rate to Questionnaire. *Journal of Marketing Research*, 20(01). 36-44. Zahra, S. Nielson, A. dan Bognar, W. 1999. Corporate Entrepreneurship, Knowledge, and Competence Development. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol.23, No.3, pp.169-189.

Zaltman, G. Duncan, R. dan Holbek, J. 1973. *Innovation and Organizations*, Wiley, New York. Zhu, Y. Wittmann, X. dan Peng, M. 2011. Institution-Based Barriers to Innovation in SMEs in China. *Asia Pacific Journal of Management*, retrieved from doi: 10.1007/s10490-011-9263-7. Zhuang, L. William, D. dan Carter, M. 1999. Innovate or Liquidate - are All Organizations Convinced?□*Management Decision*, Vol.37, No.1, pp.57-71. Zikmund, W. G., dan Babin, B. J. 2007. *Exploring Marketing Research* (9th ed.): ThomsonSouth Western. <http://www.oecd.org/eco/Workingpapers>



# Plagiarism Checker X Originality Report

**Similarity Found: 8%**

Date: Selasa, Mei 24, 2016

Statistics: 647 words Plagiarized / 7777 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

---

Perspektif Lingkungan Makro dan Lingkungan Mikro terhadap Inovasi dan Kinerja Perkembangan Usaha UKM Mariyudi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh Lhokseumawe Email: mariyudy@yahoo.com ABSTRAK Tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk memberikan wawasan pemikiran baru ke dalam kegiatan pengembangan inovasi dari pasar yang berkembang (perspektif lingkungan makro); dan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik dari kemampuan inovasi UKM (perspektif lingkungan mikro); serta untuk mengetahui dampak dari inovasi UKM terhadap kinerja perkembangan UKM.

Variabel independen lingkungan mikro secara internal terdiri atas faktor orientasi manajemen, budaya organisasi, orientasi teknologi, aliansi dan kerja sama, serta orientasi pasar). Variabel independen lingkungan makro secara eksternal terdiri atas faktor dukungan pemerintah, sumber daya keuangan, kolaborasi akademik-industri, dan dinamika pasar.

Variabel mediasi adalah inovasi UKM dan variabel dependen adalah kinerja perkembangan usaha. Berdasarkan pada data kuesioner survei dari 330 UKM (dengan tingkat respon sebesar 98,18%) di pasar Indonesia, lima hipotesis penelitian diuji dengan menggunakan teknik structural equations modeling (SEM) dari paket software statistik AMOS 20.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: pertama, lingkungan mikro memiliki pengaruh signifikan terhadap inovasi UKM dan kinerja perkembangan usaha UKM, kedua, inovasi UKM memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perkembangan usaha, akhirnya, lingkungan mikro memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap inovasi UKM dan kinerja perkembangan usaha UKM. Penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan.

Hal ini diyakini sebagai salah satu studi penelitian empiris pertama yang meneliti inovasi UKM dan kinerja perkembangan usaha mereka di pasar Indonesia yang sedang berkembang. Hal ini juga memperluas literatur bisnis dan manajemen inovasi secara akademik dan secara manajerial. Kata Kunci: lingkungan mikro; lingkungan makro; inovasi dan kinerja perkembangan usaha.

**ABSTRACT** The specific objectives of this research study are: to provide new insights into the innovation development activities of an emerging market (the macro-environmental perspective); to gain a better understanding of SMEs' innovation capabilities and practices (the micro-environmental perspective); and to determine the impact of firm's innovation on the business growth performance of SMEs.

The independent variables are externally driven factors (government supported developments, financial resources, academic-industry collaborations, and market dynamics) and internally driven factors (management orientation, organizational culture, technology orientation, alliance and cooperation, and market orientation). The mediating variable is firm's innovation and the dependent variable is business growth performance.

Drawing upon survey questionnaire data from 330 SMEs (with an acceptable response rate of 98.18%) in the Indonesia market, five research hypotheses are tested using a structural equations modeling technique. The results suggest that: first, the micro-environmental have a significant influence on firm's innovation and business growth performance, second, firm's innovation have a significant influence on business growth performance, finally, the macro-environmental have a non-significant influence on firm's innovation and business growth performance. This study makes significant contributions.

It is believed to be the first empirical research study examining SMEs' innovativeness and their business growth performance in the emerging Indonesia market. It also extends the business and innovation management literature and has both academic and managerial implications. Keywords: micro-environmental; macro-environmental; innovativeness and business growth performance.

**PENDAHULUAN** Lingkungan yang kompetitif di sebagian besar negara dan perusahaan telah berubah dikarenakan produksi telah berubah menjadi lebih berbasis teknologi dan berbasis pengetahuan, disamping itu kompetisi telah mengglobal dan berkembang menjadi lebih berbasis inovasi (Mytelka, 2000; Szirmai, Naude & Goedhuys, 2011). Untuk dapat bertahan hidup dalam ekonomi pasar global saat ini dan mencapai sukses jangka panjang, perusahaan dituntut untuk beradaptasi dan terus berinovasi untuk dapat mengatasi persaingan yang ketat dan sesuai dengan perubahan permintaan pasar (Tucker, 2002; Cefis & Marsili, 2005; Brem & Voigt, 2009; Hertog, 2010; Ellonen, Jantunen & Kuivalainen, 2011).

Bahkan usaha kecil dan menengah perlu mencari model bisnis dan strategi baru, memperkenalkan produk dan layanan baru yang lebih baik serta mempertimbangkan

pengetahuan baru dan teknologi (Hadjmanolis, 1999; Chirico & Salvato, 2008). Inovasi dianggap penting untuk pertumbuhan usaha (Dougherty & Hardy, 1996; Drucker, 2003; Haour, 2004; Davila, Epstein & Shelton, 2006).

Literatur inovasi tradisional yang diperkenalkan oleh Joseph Schumpeter (1934), terfokus pada industri manufaktur dan intensitas persaingan di pasar dan ekonomi negara maju (Salavou, Baltas & Lioukas 2004; Avci, Madanoglu & Okumus, 2011). Usaha kecil secara khusus banyak terdapat di Indonesia, dan jumlah usaha kecil per kapita di Indonesia jauh lebih tinggi daripada di negara-negara lain (Kushnir et al., 2010). Secara historis usaha kecil merupakan pemain utama dalam kegiatan domestik, terutama sebagai penyedia lapangan kerja.

Usaha kecil juga telah menjadi mesin penting dalam pengembangan ekonomi lokal dan masyarakat Indonesia (Mourougane, 2012). Dalam berbagai perspektif di dunia, diakui bahwa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi, karena mereka telah menjadi sumber utama penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan output, tidak hanya di negara berkembang, tetapi juga di negara-negara maju (Piper, 1997; Aharoni, 1994; Bijmolt & Zwart, 1994; Thornburg, 1993). Di negara berkembang di Asia (termasuk ASEAN), UKM telah memberikan kontribusi signifikan selama bertahun-tahun (Narain, 2003).

Negara-negara ASEAN menyebut UKM sebagai mesin pertumbuhan ekonomi dan pembangunan, tulang punggung ekonomi nasional, sektor pekerjaan dengan penghasilan tertinggi, dan alat potensial bagi pengentasan kemiskinan (Tambunan, 2008). UKM juga memainkan peran strategis dalam pengembangan sektor swasta, terutama setelah krisis keuangan Asia termasuk Indonesia pada tahun 1997-1998 (Tambunan, 2008; Dharmanegara et al., 2016).

Di Indonesia Usaha Kecil Menengah (UKM) memainkan peran strategis dalam pengembangan ekonomi nasional, yang ditampilkan melalui porsi Produk Domestik Bruto (PDB). UKM memberikan kontribusi terhadap PDB Nasional mencapai 57,94% (atau sama dengan Rp 4.303.571,5 triliun) dan meningkat menjadi 59,08% (atau setara dengan Rp 4.869.568,1 triliun) pada tahun 2012 (Salim, 2013). Selain itu terkait dengan kinerja ekspor Indonesia, pada tahun 2010 UKM Indonesia berkontribusi Rp 175.894,9 miliar (sama dengan 15,81%) terhadap kinerja ekspor nasional dan Rp 187.441,82 miliar (setara dengan 16,44%) pada tahun 2011 (Salim, 2013).

jumlah tersebut menunjukkan pertumbuhan yang besar UKM di Indonesia. Inovasi dapat terbentuk dan dipengaruhi oleh sejumlah faktor lingkungan makro dan faktor lingkungan mikro, yang penting bagi UKM agar dapat beradaptasi untuk mencapai

kinerja pertumbuhan bisnis yang lebih tinggi (Hossain, 2013).

Banyak penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi akademik-industri dan budaya organisasi secara positif mempengaruhi inovasi (Parker, 1992; Deshpande, Farley & Webster, 1993; Martins & Terblanhe, 2003; Peebles, 2003; Wright, 2008; Nelson, 2011), sementara penelitian lain menemukan bahwa orientasi teknologi, aliansi dan kerjasama berpengaruh negatif terhadap inovasi (Gomez Arias, 1995; Tripsas & Gavetti, 2000; Bougrain & Haudeville, 2002; Srinivasan, Lilien & Rangaswamy, 2002; Laforet & Tann, 2006).

Temuan tidak konsisten menunjukkan bahwa pengaruh dari faktor-faktor penentu lingkungan makro dan mikro mungkin kuat dalam konteks homogen namun dinamis dalam konteks heterogen, sehingga perlu diselidiki lebih lanjut (Voss & Voss, 2000; Gao, Zhou & Yim, 2007). Ruang lingkup penelitian ini adalah untuk menggambarkan pentingnya mengadopsi pendekatan lengkap untuk manajemen inovasi dengan menggabungkan konteks lingkungan makro dan lingkungan mikro.

Selanjutnya, studi ini memberikan kontribusi pada literatur terkini khususnya yang berhubungan dengan perilaku inovatif UKM dalam konteks pasar dan ekonomi Indonesia. KAJIAN KEPUSTAKAAN Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Menurut Rahmana (2008), beberapa lembaga atau instansi bahkan memberikan definisi tersendiri pada Usaha Kecil Menengah (UKM), diantaranya adalah Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), Badan Pusat Statistik (BPS), Keputusan Menteri Keuangan No 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994. Definisi UKM yang disampaikan berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya.

Menurut Kementerian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), bahwa yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI), adalah entitas usaha yang mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000.

Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 s.d. Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan. Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994, usaha kecil didefinisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan/usaha yang mempunyai penjualan/omset per tahun setinggi-tingginya Rp 600.000.000 atau aset/aktiva setinggi-tingginya Rp 600.000.000 (di luar tanah dan bangunan yang ditempati) terdiri dari : (1) badang usaha (Fa, CV, PT, dan koperasi) dan (2) perorangan

(pengrajin/industri rumah tangga, petani, peternak, nelayan, perambah hutan, penambang, pedagang barang dan jasa) Badan Pusat Statistik mendefinisikan Usaha Mikro sebagai usaha yang memiliki tenaga kerja lebih dari 4 orang, usaha menengah adalah usaha yang memiliki tenaga kerja antara 20 orang hingga 99 orang.

Sedangkan Usaha Kecil sebagaimana dimaksud Undang-Undang No.9 Tahun 1995 adalah usaha produktif yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah) per tahun serta dapat menerima kredit dari bank maksimal di atas Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp.500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).

World Bank mendefinisikan Usaha Kecil atau Small Enterprise, dengan kriteria: Jumlah karyawan kurang dari 30 orang; Pendapatan setahun tidak melebihi \$ 3 juta; Jumlah aset tidak melebihi \$ 3 juta. Usaha Menengah atau Medium Enterprise adalah usaha dengan kriteria : Jumlah karyawan maksimal 300 orang; Pendapatan setahun hingga sejumlah \$ 15 juta; Jumlah aset hingga sejumlah \$ 15 juta.

Namun demikian pengertian terbaru mengenai Usaha Kecil menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah). Sedangkan Usaha Menengah sebagaimana dimaksud Inpres No.10 tahun 1998 adalah usaha bersifat produktif yang memenuhi kriteria kekayaan usaha bersih lebih besar dari Rp.200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak sebesar Rp.10.000.000.000,00, (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta dapat menerima kredit dari bank sebesar Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) s/d Rp.5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah).

Pengertian Usaha Menengah menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung

dengan Usaha Kecil atau usaha besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah). (Bank Indonesia; <http://infoukm.wordpress.com>).

Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omzet yang dimiliki oleh sebuah usaha. Tabel 1. Kriteria UMKM No \_Usaha \_Kriteria \_ \_ \_ \_Asset \_Omzet \_1 \_Usaha Mikro \_Maks. 50 juta \_Maks. 300 juta \_2 \_Usaha Kecil \_>50 juta – 500 juta \_>300 juta – 2,5 Miliar \_3 \_Usaha Menengah \_>500 juta – 10 Miliar \_>2,5 Miliar – 50 Miliar \_ \_Sumber : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2012 Lingkungan Mikro: The Resource-Based Perspective Perspektif berbasis sumber daya (The Resource-Based Perspective) terdiri atas dua bagian, yaitu sumber daya (resources) dan kemampuan (capabilities) yang bertujuan untuk untuk menjamin keunggulan kompetitif usaha.

Sumber daya (resources) berupa aset berwujud dan tidak berwujud terkait dengan usaha (Aragon-Sanchez & Sanchez-Marin, 2005), sedangkan kemampuan (capabilities) terkait dengan bagaimana perusahaan melakukan tugas dan kegiatan yang berbeda dan tergantung pada sumber daya yang tersedia (Grant, 1996). Literatur manajemen strategis menunjukkan sejumlah faktor penentu secara internal (atau aset strategis) keunggulan kompetitif dan kesuksesan perusahaan, termasuk modal teknologi dan inovasi (Hitt, Hoskisson & Irlandia, 1990), praktek manajemen sumber daya manusia (Bacon et al.

1996), dan struktur internal (Feigenbaum & Karnani, 1991). Penelitian sebelumnya lebih menekankan pentingnya sumber daya tidak berwujud dan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif (Hall, 1992, 1993; Oliver, 1997), yang didasarkan pada pengetahuan implisit dan data non-kodifikasi, yang lebih sulit untuk ditiru oleh pihak lain (Peteraf, 1993).

Modal intelektual (intellectual capital), termasuk manusia (karakteristik, pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan), organisasi (teknologi, proses, paten, dan jaringan), dan sosial (hubungan dengan pelanggan, pemasok, dan mitra) adalah aset strategis yang penting (Xu et al., 2007; Martinez-Roman, Gamero & Tamayo, 2011). Sumber daya lainnya adalah berorientasi pada budaya, seperti karakteristik dan keterampilan interpersonal dari pemilik dan manajer dalam menciptakan hubungan perdagangan, jaringan, dan berhubungan dengan pelanggan dan mitra, profesionalisme dan pribadi yang bisa dipercaya (Grant, Golawala & McKechnie, 2007).



Laforet dan Tann (2006) menemukan bahwa pendorong inovasi **usaha kecil dan menengah** dapat berupa komitmen pemilik / manajer terhadap proses baru dan pengembangan produk, fokus pelanggan, teknologi dan antisipasi pasar. Lingkungan Makro: Inovasi Nasional dan Inovasi UKM Penelitian sebelumnya menggambarkan bahwa pengembangan yang berkelanjutan dan konsisten dari tingkat produktivitas dan daya saing berbasis ekonomi suatu negara memerlukan memanfaatkan sumber daya dan memperkuat investasi strategis di berbagai sektor (Cooke, Uranga & Etxebarria, 1997; **Szirmai, Naude & Goedhuys, 2011**).

Nelson (1993) juga berpendapat bahwa ekosistem bisnis nasional dan regional yang mendukung inovasi masih perlu didefinisikan secara jelas. Kajian tentang kapasitas dan sistem inovasi nasional dapat memberikan pemahaman yang lebih baik dari aksesibilitas sumber daya eksternal dan kompetensi usaha dalam berinovasi.

Kapasitas inovasi nasional adalah kemampuan bangsa untuk tidak hanya menghasilkan ide-ide baru, tapi juga untuk mengkomersilkan aliran teknologi inovatif dalam jangka panjang (Veuglers & Cassiman, 2005). Dalam sistem inovasi nasional, pengetahuan disebarluaskan dalam perekonomian lokal dan ekonomi lokal dapat memperoleh peningkatan teknologi secara lebih cepat (Szirmai, **Naude & Goedhuys, 2011**).

Lingkungan kelembagaan dapat berdampak pada bagaimana suatu perusahaan melakukan bisnis, mengelola orang, berhubungan dengan pelanggan, menghadapi pesaing, dan berinteraksi dengan lembaga-lembaga publik dan swasta (DiMaggio & Powel, 1983; Kostova & Zaheer, 1999). Pemahaman tentang pentingnya perbedaan ini dapat menyebabkan perusahaan untuk menyelidikinya sehingga akan dapat mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dan menggunakan peluang lebih baik untuk inovasi (Chan & Makino, 2009).

Oleh karena itu, pencarian ide-ide, mengakses pengetahuan dan informasi, dan memanfaatkan teknologi merupakan prasyarat untuk kegiatan inovatif. Misalnya, kegiatan internal UKM harus diintegrasikan dengan lingkungan eksternal mereka untuk dapat lebih kreatif dan imajinatif (Porter, 1980; Mahemba & De Bruijn, 2003).

Liao, Welsch, dan Stoica (2003) lebih menekankan pada respon dari UKM terhadap orientasi pertumbuhan jika mereka mengembangkan pengetahuan akuisisi eksternal dan penyebaran pengetahuan internal serta mengadopsi strategi dan pendekatan yang lebih proaktif (Al-Abd, Mezher, & Saleh 2012). Inovasi Inovasi merupakan pusat peranan usaha dalam masyarakat modern (Teece, 2010), yang dianggap sebagai pusat kegiatan yang melibatkan seluruh usaha dan kondisi perilaku untuk memfasilitasi

penciptaan nilai keunggulan kompetitif dan kinerja bisnis (Zaltman, Duncan & Holbek, 1973; Rogers, 2003; Martinez-Roman, Gamero & Tamayo, 2011). Inovasi dapat memiliki arti yang berbeda dalam berbagai disiplin ilmu (O'Dwyer, Gilmore & Carson, 2011).

Kontribusi awal untuk literatur inovasi klasik salah satunya termasuk pandangan mikro-ekonomi pada inovasi (Schumpeter, 1993) yang mengandung inovasi kewirausahaan. Schumpeter (1993) juga menggunakan istilah "creative destruction" untuk menggambarkan proses penciptaan dan penemuan kembali untuk senantiasa memusnahkan yang lama dan membuat yang baru.

Inovasi dapat berhubungan dengan kemampuan perusahaan untuk mencari cara-cara baru dan lebih baik untuk mengidentifikasi, memperoleh, dan menerapkan ide-ide dan tugas-tugas yang hadir dalam bentuk yang berbeda (yaitu manajemen dan sistem administrasi, budaya internal, proses, produk, jasa, saluran distribusi, dan metode segmentasi pemasaran) dalam organisasi (Slater & Narver, 1995; Drucker, 2003; Haour, 2004; Brem & Voigt, 2009; Hjalager, 2010).

Hal ini dapat digambarkan baik sebagai penemuan yang dapat dianggap benar-benar baru, perbaikan dari produk atau sistem yang ada, dan / atau difusi suatu inovasi yang ada dalam aplikasi baru (Zhuang, William & Carter, 1999) Inovasi selanjutnya dapat berkaitan dengan penciptaan bisnis baru dalam bisnis yang ada atau pembaharuan bisnis berkelanjutan yang telah menjadi stagnan atau membutuhkan transformasi (Slater 1997).

Haour (2004) berpendapat bahwa inovasi dimanifestasikan dalam berbagai cara dan sangat sulit untuk diprediksi, baik dalam waktu dan konsekuensinya, yang dapat digambarkan sebagai sebuah inovasi inkremental (seperti: memanfaatkan teknologi yang ada, ketidakpastian yang rendah, dan meningkatkan keunggulan kompetitif dalam industri saat ini) atau inovasi radikal (seperti: mengeksplorasi teknologi baru, ketidakpastian yang tinggi, dan perubahan dramatis dalam industri dan pasar saat ini atau baru) (O'Connor et al., 2008).

Jenis lain dari inovasi didasarkan pada karakteristik tertentu yang terkait dengan peningkatan kompetensi (competence enhancing) sebagai lawan dari competence destroying (Tushman & Anderson, 1986) dan secara teknis dalam hal administrasi (Damanpour, Szabat & Evan, 1989). Penelitian kepustakaan terhadap inovasi berfokus pada identifikasi dan pengukuran serta intensitas pengembangan sebagai indikator dalam perusahaan untuk mengevaluasi inovasi (Smith, 2005).

Indikator lainnya adalah sumber input (seperti: keuangan dan karyawan) dan tingkat

kolaborasi antara perusahaan-perusahaan komersial, lembaga akademik maupun laboratorium penelitian yang pada akhirnya akan menimbulkan pengenalan proses, produk, atau jasa baru (Hjalager, 2010). Selanjutnya, kegiatan inovasi dan pertumbuhan kinerja bisnis perusahaan dapat dievaluasi dengan menggunakan indikator lain yang meliputi pertumbuhan penjualan, laba atas investasi, pengembalian aset, dan kapitalisasi pasar.

Tiga dimensi ternyata penting dan signifikan secara statistik, seperti pertumbuhan penjualan, laba atas modal yang diinvestasikan, serta inovasi dibandingkan dengan rata-rata industri (Miller & Floricel, 2004). Kinerja Pertumbuhan Bisnis Sehubungan dengan ulasan literatur mengenai kinerja pertumbuhan bisnis, Zahra, Nielsen, dan Bogner (1999) menegaskan bahwa inovasi semakin dipandang baik sebagai faktor penunjang **kinerja pertumbuhan bisnis yang lebih tinggi** maupun sebagai faktor penguatan untuk keunggulan kompetitif perusahaan di sejumlah industri (Mone, McKinley & Barker 1998; Gunasekaran, Forker & Kobu 2000; Sanz-Valle & Jimenez-Jimenez 2011).

Kinerja bisnis perusahaan dapat ditentukan oleh kemampuan inovasi dan investasi (Ali, Ciftci & Cready, 2008; Francis et al., 2012). Hult, Hurley, dan Ksatria (2004) berpendapat bahwa penerapan inovasi umumnya ditujukan untuk memberikan kontribusi terhadap kinerja atau efektivitas perusahaan. **Usaha kecil dan menengah** lebih dikenal karena kreativitas mereka, menciptakan produk baru dan pengembangan layanan (Kenny & Reedy 2006).

Namun, UKM kadang-kadang tidak berhasil mengenali peluang yang tersedia di pasar, termasuk fleksibilitas untuk menyesuaikan produk dan jasa untuk kebutuhan pelanggan mereka (O'Regan, Ghobadian & Sims, 2006). Oleh karena itu, perusahaan harus mampu untuk menjadi pesaing kuat, cerdas, dan inovatif, atau pengguna pertama dalam pasar dalam rangka untuk lebih berkembang dalam jangka panjang (Beinhocker, 1997).

UKM dengan perilaku inovatif memiliki pandangan yang sesuai terhadap rintangan dan hambatan sebagai kesempatan belajar dalam menghadapi kemungkinan peristiwa negatif (Mahemba & De Bruijn, 2003). Keskin (2006) juga berpendapat bahwa UKM dengan kemampuan inovatif dapat memiliki efek positif terhadap kinerja pertumbuhan bisnis mereka. Inovasi positif dapat mempengaruhi kinerja pertumbuhan bisnis perusahaan (Otero-Neira, Lindman & Fernandez, 2009).

Untuk mengevaluasi kinerja bisnis dan pertumbuhan yang dicapai UKM, kelompok indikator yang berbeda seperti produk dan layanan baru, pertumbuhan penjualan, profitabilitas, produktivitas, pangsa pasar, inovasi, dan kepuasan pelanggan

(Aragon-Sanchez & Sanchez-Marin, 2005). Indikator ini telah banyak digunakan dalam berbagai penelitian dalam rangka untuk mengevaluasi kinerja pertumbuhan bisnis (Hadjimanolis, 1999; Mahemba & De Bruijn, 2003).

Pendekatan serupa juga digunakan untuk mengevaluasi kinerja pertumbuhan bisnis UKM di pasar Indonesia yang sedang berkembang untuk membedakan antara perusahaan sesuai dengan praktek inovasi mereka. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: H1: Lingkungan mikro berpengaruh signifikan terhadap inovasi UKM. H2: Lingkungan makro berpengaruh signifikan terhadap inovasi UKM. H3: Lingkungan mikro berpengaruh signifikan terhadap kinerja pertumbuhan bisnis UKM.

H4: Lingkungan makro berpengaruh signifikan terhadap kinerja pertumbuhan bisnis UKM. H5: Inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pertumbuhan bisnis UKM. Kerangka konseptual penelitian ini sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1. \_ Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian METODE ANALISIS Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dengan pertimbangan berdasarkan kepada tujuan penelitian, model, dan hipotesis yang dikembangkan.

Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti untuk membangun bukti statistik pada kekuatan hubungan antar variabel (Malhotra, 2004; Zikmund & Babin, 2007). Metode survei dipergunakan untuk mengumpulkan data karena memiliki banyak keunggulan (Kumar et al., 1999; Hair et al., 2006; Sekaran, 2005; Zikmund & Babin, 2007). Penelitian ini menggunakan pendekatan random sampling untuk mempermudah generalisasi temuan (Leary, 2004; Yu & Cooper, 1983).

Sampel penelitian ini berjumlah 330 di tingkat manajemen senior UKM di Provinsi Aceh, dengan pertimbangan ukuran sampel adalah 5-10 kali jumlah variabel manifest (indikator) dari keseluruhan variabel laten (Solimun, 2002). Karena dalam penelitian ini jumlah indikator seluruhnya adalah 66 maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian adalah  $66 \times 10 = 330$ .

Informan kunci adalah manajemen senior yang memiliki tanggung jawab manajemen dan kontrol atas semua kegiatan terutama menyangkut inovasi dan memiliki pemahaman secara menyeluruh terkait strategi perusahaan dan hal-hal yang berkaitan dengan praktek-praktek inovatif UKM sehingga dapat menjamin keandalan informasi yang diberikan, yang terdiri atas Direktur Utama/Manajer Umum/Pemilik, Direktur/Kepala/Manajer Senior, dan Supervisor/Manajer.

Pendekatan top-down dipilih untuk mengeksekusi kuesioner karena sifat dari informasi

dan data yang dibutuhkan dapat disediakan dengan baik oleh pemilik/pengelola usaha (Mahemba & De Bruijn, 2003; Martinez-Romawi, Gamer & Tamayo, 2011). Data yang diperoleh selanjutnya diinput ke dalam komputer dengan menggunakan sejumlah program perangkat lunak statistik (yaitu SPSS 20.0

dan The Structural Equation Modelling (SEM) dari paket software statistik AMOS 20.0) untuk memperoleh hasil analisis statistik deskriptif dan inferensial, serta untuk menguji model konseptual hipotesis (Barclay, Higgins & Thompson, 1995; Tabachnick & Fidell, 2001; Manning & Munro, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN Strategi penelitian survei dengan penyebaran kuesioner dipilih untuk menguji 330 sampel data dari **Usaha Kecil dan Menengah** dengan menggunakan teknik disproportional stratified sampling dimana 325 kuesioner telah kembali, 324 kuesioner dapat digunakan, dan satu kuesioner tidak lengkap atau rusak. Allocca dan Kessler (2006) berpendapat bahwa sampel efektif berjumlah 324 dapat diproses ketahap lebih lanjut, yang mewakili 98,18% dari total kuesioner yang disebarkan (Sekaran, 2003).

Hasil karakteristik demografi responden menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki (77,16%), berusia antara diatas 40 tahun (33,33%), status sudah menikah (87,96%) dan jabatan sebagai Direktur Utama/Manajer Umum/Pemilik (73,15%). Sebagaimana disajikan pada Tabel 2. Tabel 2. Karakteristik Demografi Responden

Kategori	Frekuensi	Persentase	Jenis Kelamin	Laki-Laki	Persentase	
Perempuan	74	22,84%	Usia	21-25 Tahun	4	1,23%
				26-30 Tahun	43	13,27%
				31-35 Tahun	78	24,07%
				36-40 Tahun	91	28,09%
				> 40 Tahun	108	33,33%
			Status Perkawinan	Belum Menikah	39	12,04%
				Menikah	285	87,96%
			Jabatan	Direktur Utama/Manajer Umum/Pemilik	237	73,15%
				Direktur/Kepala/Manajer Senior	74	22,84%
				Supervisor/Manajer	13	4,01%
			Jumlah	324	100%	

Empat dimensi dan 66 item yang dievaluasi dengan menggunakan EFA.

Untuk pengujian EFA pertama, 12 item yang memiliki faktor loadings kurang dari 0,60 didrop atau dihapus. Untuk pengujian EFA kedua seluruh item memiliki faktor loadings diatas 0,60, nilai KMO variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,925, menunjukkan bahwa data cukup kuat dan handal.

Nilai uji Bartlett yang  $\chi^2 = 2323,825$ ;  $df = 205$  dan  $p = 0,000$ , yang berarti bahwa semua item dalam penelitian ini adalah cukup memadai bagi penelitian dalam ilmu sosial dan untuk analisis faktor. Koefisien Cronbach alpha semua dimensi berada diantara 0,872 dan 0,891, yang melampaui kriteria yang dipersyaratkan dan mengindikasikan

keandalan internal dari instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsisten dan sesuai untuk penelitian dalam ilmu sosial.

Sehingga, empat faktor dan 54 item ditetapkan untuk mengidentifikasi konstruk. Pengujian Asumsi Normalitas data dapat ditunjukkan dengan adanya Critical Ratio (CR) dengan nilai ambang batas sebesar  $\pm 2,58$  pada tingkat signifikansi 0,01 (1%) (Ferdinand, 2002). Hasil pengujian menunjukkan data tersebut tidak memiliki nilai CR yang lebih besar dari  $\pm 2,58$ .

Selain itu nilai CR multivariate Skewness sebesar 1,637 dan CR kurtosis sebesar 1,577 di bawah 2,58 dengan demikian data tersebut berdistribusi normal, pada tingkat univariate dan multivariate. Deteksi terhadap adanya outlier univariate dapat dilakukan dengan menentukan nilai ambang batas yang akan dikategorikan sebagai outliers dengan cara mengkonversi nilai data penelitian ke dalam standard score atau yang biasa disebut Z-score, yang mempunyai rata-rata nol dengan standar deviasi sebesar satu.

Penggunaan ambang batas 3,00 adalah merujuk pada Hair, et.al (2010). Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Z-score = 3 masih berada dalam nilai ambang batas dengan jumlah sampel 324 observasi. Dengan demikian tidak ada outlier univariate. Dari Text Output yang dihasilkan oleh AMOS untuk data penelitian ini didapat hasil Determinant of sample covariance matrix = 4,7179e-006.

Angka tersebut besar karena jauh dari nol. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas atau singularitas dalam data penelitian ini. Dengan demikian asumsi SEM sudah dapat dipenuhi. Uji Kesesuaian dan Uji Statistik Uji terhadap model menunjukkan bahwa model ini fit terhadap data yang digunakan dalam penelitian seperti terlihat dari tingkat probability sebesar 0,226 yang sesuai syarat ( $> 0,05$ ).

Tingkat signifikansi terhadap Chi-Square model sebesar 175,200; nilai RMSEA, GFI, indeks Cmin/df, TLI, dan CFI berada dalam rentang nilai yang diharapkan meskipun AGFI dan GFI diterima secara marginal. Tabel 3. Indeks Pengujian Kelayakan Structural Equation Model Goodness of Fit Index \_Cut-off Value \_Hasil Analisis \_Evaluasi Model \_  
\_Chi-square (?) \_ \_ \_ \_ Chi-square \_ 175,200 \_Baik \_ \_Degree of freedom \_ 162 \_  
\_Probability \_ $p > 0,05$  (Jöreskog & Sörbom, 1992) \_0,226 \_Baik \_ \_Absolute fit measures \_  
\_ \_ \_ \_ GFI \_ $> 0,90$  (MacCallum & Hong, 1997) \_0,887 \_Marginal \_ \_RMSEA \_ $< 0,10$  (Steiger, 1990) \_0,026 \_Baik \_ \_Incremental fit measures \_ \_ \_ \_ CFI \_ $> 0,90$  (Gerbing & Anderson, 1992) \_0,986 \_Baik \_ \_Parsimony fit measurement \_ \_ \_ \_ AGFI \_ $> 0,80$  (MacCallum & Hong, 1997) \_0,853 \_Marginal \_  
Berdasarkan kriteria-kriteria goodness of fit pada Tabel 3, maka dapat disimpulkan bahwa model struktural (SEM) yang dispesifikasi dalam

penelitian ini telah fit dengan data.

Interpretasi dan Modifikasi Model Setelah asumsi permodelan SEM terpenuhi, maka selanjutnya akan dilakukan analisis dan interpretasi terhadap parameter estimasi (standardized regression weight) antar konstruk laten. Parameter estimasi antar variabel laten yang dimaksudkan untuk menguji hipotesis-hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Adapun hasil estimasi untuk parameter estimasi antar variabel laten beserta keputusan yang diambil ditampilkan dalam Tabel 4. Tabel 4. Penujian Hipotesis Jalur Hipotesis \_Std. Estimate \_Critical Ratio \_Hipotesis \_ \_H1: Lingkungan Mikro ( Inovasi UKM \_0,252 \_2,273\*\*\* \_Terima \_ \_H2: Lingkungan Makro ( Inovasi UKM \_0,403 \_3,404 \_Tolak \_ \_H3: Lingkungan Mikro ( Kinerja Pertumbuhan Bisnis \_0,281 \_3,025\*\* \_Terima \_ \_H4: Lingkungan Makro ( Kinerja Pertumbuhan Bisnis \_0,444 \_4,028 \_Tolak \_ \_H5: Inovasi UKM ( Kinerja Pertumbuhan Bisnis \_0,222 \_2,081\* \_Terima \_ \_ \* signifikan pada  $p < 0,05$ . \*\* signifikan pada  $p < 0,01$ . \*\*\* signifikan pada  $p < 0,001$ .

Tabel 4 menunjukkan bahwa standardised estimate ( $\beta$ ) dari jalur lingkungan mikro dan inovasi UKM (0,252), lingkungan mikro dan kinerja pertumbuhan bisnis (0,281), serta inovasi UKM dan kinerja pertumbuhan bisnis UKM (0,222) yang seluruhnya signifikan. Oleh karena itu, hipotesis 1, 3, dan 5 diterima. Namun standardised estimate ( $\beta$ ) dari jalur lingkungan makro dan inovasi UKM (0,403) serta lingkungan makro dan kinerja pertumbuhan bisnis (0,444) seluruhnya tidak signifikan. Oleh karena itu, hipotesis 2 dan 4 ditolak. \_ Gambar 2.

Model SEM Pembahasan Hasil Penelitian Hasil pengujian hipotesis 1 dan 3 menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara lingkungan mikro terhadap inovasi UKM dan kinerja pertumbuhan bisnis UKM, hal ini konsisten dengan beberapa hasil kajian sebelumnya (McGinnis & Ackelsberg, 1983; Salavou, Baltas & Lioukas, 2004; Aragon-Sanchez & Sanchez-Marin, 2005; Blumentritt & Danis, 2006).

Dasar pemikiran untuk hasil temuan ini adalah bahwa pemilik / pengelola UKM telah melakukan penetapan prioritas dan arah strategis untuk mengadopsi dan / atau menghasilkan inovasi, yang berpusat pada menggabungkan inovasi sebagai tujuan strategis dan berorientasi masa depan untuk aktivitas mereka di pasar, yang berfokus pada tujuan jangka panjang, menjajaki peluang baru, berpartisipasi secara proaktif dalam inisiatif baru, dan mengalokasikan sumber daya untuk kegiatan penelitian dan pengembangan.

Hasil temuan ini juga sejalan dengan studi penelitian sebelumnya khususnya dalam

bidang budaya organisasi (Feigenbaum & Karnani, 1991; Nooteboom, 1994; Hurley & Hult, 1998; Kenny & Reedy, 2006; Keskin, 2006; Naranjo-Valencia, Jimenez-Jimenez & Sanz-Valle, 2011). Rasionalisasi dari hasil temuan ini dapat dijelaskan bahwa budaya internal pada masing-masing UKM diarahkan dan dilaksanakan melalui pendekatan inovatif (seperti: berpikir bebas, menghasilkan dan menindaklanjuti ide, belajar dari pengalaman, dan berani mengambil risiko), proses belajar (seperti: menerima dan mengadopsi ide-ide baru dan ide-ide eksternal serta berbagi dan bertukar pengetahuan dan keterampilan baru) dan sebahagian besar UKM memiliki struktur internal yang sederhana dan fleksibel.

Hasil temuan ini juga sejalan dengan studi penelitian sebelumnya khususnya dalam bidang aliansi dan kerja sama (Eisenhardt & Schoonhoven, 1996; Stuart, 2000; Hoffmann & Schlosser, 2001; Aragon-Sanchez & Sanchez-Marin, 2005). Hal ini dapat dijelaskan bahwa terdapat banyak persyaratan dalam menggunakan jaringan dan hubungan bisnis untuk berkolaborasi secara lebih efektif dengan para pemasok, sub-kontraktor, dan jasa lain, serta untuk mengidentifikasi mitra strategis dan industri pendukung untuk mengeksplorasi pengetahuan baru dan kompetensi, meningkatkan sumber daya internal, berkolaborasi pada penelitian dan pengembangan, dan berbagi manfaat inovasi dan risiko, meskipun ada juga sejumlah UKM yang masih tergantung pada perilaku bisnis individualistik (yaitu hubungan pribadi dan jaringan sosial) dan memiliki aliansi yang terbatas.

Hasil pengujian hipotesis 2 dan 4 menunjukkan adanya pengaruh tidak signifikan antara lingkungan makro terhadap inovasi UKM dan kinerja pertumbuhan bisnis UKM, hal ini tidak konsisten dengan beberapa hasil kajian sebelumnya (Smith, 1997; Mole & Worrall, 2001; Zhu, Wittmann & Peng, 2011). Dasar pemikiran untuk hasil temuan ini adalah bahwa terdapat rendahnya kesepahaman dalam hal kebijakan, infrastruktur, dan sistem pendukung kelembagaan Pemerintah Provinsi Aceh untuk mempromosikan inovasi yang belum sepenuhnya diarahkan pada UKM untuk terlibat dalam kegiatan yang lebih inovatif.

Hasil temuan ini juga tidak sejalan dengan studi penelitian sebelumnya khususnya dalam bidang sumber daya keuangan UKM (Smith, 1997; Mole & Worrall, 2001; Zhu, Wittmann & Peng, 2011). Rasionalisasi dari hasil temuan ini dapat dijelaskan bahwa sebahagian besar UKM di Provinsi Aceh mengalami kesulitan dalam mendapatkan akses bantuan dana, kredit, dan modal usaha dari instansi pemerintah dan lembaga-lembaga keuangan.

Demikian juga peran inisiatif kebijakan pemerintah untuk mendukung pengembangan UKM dan industri melalui kemitraan dan inovasi melalui pengembangan lembaga



akademik / lembaga penelitian sebagai pusat transfer teknologi masih lemah, hal ini diakibatkan oleh rendahnya partisipasi dalam penelitian dan transfer teknologi melalui kegiatan kolaborasi antara akademisi dan industri.

Hasil pengujian hipotesis 5 menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara inovasi UKM terhadap kinerja pertumbuhan bisnis UKM, hal ini konsisten dengan beberapa hasil kajian sebelumnya (Mone, McKinley & Barker, 1998; Gunasekaran, Forker & Kobu, 2000; Hult, Hurley & Knight, 2004; Talke, Salomo & Kock, 2011). Inovasi dan pentingnya inovasi tersebut diakui memiliki pengaruh positif terhadap pembangunan ekonomi, keunggulan kompetitif, dan kinerja perkembangan usaha (Francis et al., 2012).

UKM dapat mencapai kinerja pertumbuhan bisnis yang lebih tinggi dengan pemilihan pasar operasi mereka secara cermat, dengan khususnya berfokus pada kelompok produk dan jenis inovasi tertentu, menghindari penyebaran kegiatan pemasaran, berusaha untuk menghindari pasar yang didominasi oleh perusahaan-perusahaan besar, dan mempertimbangkan situasi ekonomi dalam memperkenalkan inovasi (Adams & Hall, 1993).

KESIMPULAN Inovasi dapat menjadi aktivitas integral yang melibatkan seluruh UKM dan kondisi perilaku, yang lebih terkait dengan kemampuan UKM dalam mencari dan menemukan cara-cara baru yang lebih baik untuk mengidentifikasi, memperoleh, dan menerapkan ide-ide. Agar inovasi hadir dalam suatu usaha, UKM perlu menumbuhkan lingkungan eksternal dan internal dan faktor penentu serta kekuatan pendorong agar dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap potensi inovatif dan kegiatan inovatif secara berkelanjutan.

Penelitian ini lebih lanjut memberikan kontribusi untuk literatur pemasaran dan manajemen inovasi dengan menganalisis data dari kawasan Indonesia, khususnya Provinsi Aceh. Pemerintah diharapkan untuk dapat menetapkan rencana inovasi nasional, kebijakan dan program dukungan dengan lebih banyak memberikan perhatian kepada kegiatan UKM.

Hal ini dapat dilakukan dengan reformasi khusus yang diarahkan pada upaya peningkatan daya saing nasional melalui inovasi di masing-masing daerah dengan pendekatan berbeda terkait dengan infrastruktur, dukungan kelembagaan, perangkat hukum dan kerangka regulasi, mekanisme pendanaan, pendidikan dan pengembangan kapasitas pelaku usaha serta struktur pasar yang memihak pada pelaku usaha. DAFTAR PUSTAKA Adams, G. dan Hall, G. 1993. Influences on Growth of SMEs: An International Comparison.

Entrepreneurship and Regional Development International Journal, Vol.5, No.1, pp.73-84. Aharoni, Y. 1994. How Small Firms Can Achieve Competitive Advantages in an Interdependent World, in T. Agmon and R. Drobnick (eds.). Small Firms in Global Competition, N.Y.: Oxford University Press. Al-Abd, Y, Mezher, T dan Al-Saleh, Y 2012. Toward Building a National Innovation System in UAE.

paper presented at the Technology Management for Emerging Technologies (PICMET) Conference, British Columbia, 29 July. Ali, A. Ciftci, M. dan Cready, W. 2008. Does the Market Underestimate the Implications Of Changes in R&D investment for Future Earnings?. Working Paper, University of Texas at Dallas and SUNY at Binghamton. Allocca, M.A. dan Kessler, E.H. 2006. Innovation Speed in Small and Medium-Sized Enterprises. Creativity and Innovation Management, Vol.15, No.3, pp.279-295.

Aragon-Sanchez, A. dan Sanchez-Marin, G. 2005. Strategic Orientation, Management Characteristics, and Performance: A Study of Spanish SMEs. Journal of Small Business Management, Vol.43, No.3, pp.287-308. Avci, U. Madanoglu, M. dan Okumus, F. 2011. Strategic Orientation and Performance of Tourism Firms: Evidence from a Developing Country. Tourism Management, Vol.32, pp.147-157. Bacon, N. Ackers, P. Story, J.

dan Coates, D. 1996. It's a Small World: Managing Human Resources in Small Businesses. International Journal of Human Resources Management, Vol.7, No.1, pp.82-100. Badan Pusat Statistik (BPS). 2015. Jumlah Usaha Kecil, Menengah dan Besar Menurut Sektor Ekonomi Tahun 2012 - 2015, Badan Pusat Statistik. Retrieved April 19, 2016, from <http://www.bps.go.id> Badan Pusat Statistik (BPS). 2016. Sensus Ekonomi Tahun 2016, Badan Pusat Statistik.

Retrieved November 29, 2016 from <http://www.bps.go.id> Bank Indonesia; <http://infoukm.wordpress.com> Barclay, D, Higgins, C dan Thompson, R. 1995. The Partial Least Squares (PLS) Approach to Causal Modeling: Personal Computer Adoption and Use as an Illustration. Technology Studies, vol.2, no.2, pp.285-309. Beinhocker, E.D. 1997. Strategy at the Edge of Chaos. McKinsey Quarterly, No.1, pp.24-39. Bijmolt, T. dan P.S.Zwart. 1994.

The Impact of Internal Factors on Export Success of Dutch Small and Medium-Sized Firms. Journal of Small Business Management, 32(2). Blumentritt, T. dan Danis, W. 2006. Business Strategy Types and Innovative Practices. Journal of Management Issues, Vol.18, No.2, pp.274-291. Bougrain, F dan Haudeville, B. 2002. Innovation, Collaboration, and SMEs Internal Research Capacities. Research Policy, vol.31, no.5, pp.735-747. Brem, A. and Voigt, K-I. 2009.

Integration of Market Pull and Technology Push in the Corporate Front End and Innovation Management-Insights from the German Software Industry. *Technovation*, Vol.29, No.5, pp.351-367. Byrne, BM. 2001. *Structural Equation Modeling with AMOS, EQS, and LISREL: Comparative approaches to testing for the factorial validity of a measuring instrument*.

*International Journal of Testing*, vol.1, no.1, pp.55-86. Cefis, E. dan Marsili, O. 2005. *A Matter of Life and Death: Innovation and Firm Survival*. *Industrial and Corporate Change*, Vol.14, No.6, pp.1167-1192. Chan, C dan Makico, S. 2004. *Legitimacy and Multi-Level Institutional Environments: Implications For Foreign Subsidiary Ownership Structure*. *Journal of International Business Studies*, vol.38, no.4, pp.621-638. Chirico, F. dan Salvato, C. 2008. *Knowledge Integration and Dynamic Organizational Adaptation in Family Firms*. *Family Business Review*, Vol.21, No.2, pp.169-181. Cooke, P, Uranga, M dan Etxebarria, G. 1997. *Regional Innovation Systems: Institutional and Organizational Dimensions*. *Research Policy*, vol.26, no.4/5, pp.475-491. Damanpour, F, Szabat, K dan Evan, W. 1989. *The Relationship Between Types of Innovation and Organizational Performance*.

*Journal of Management Studies*, vol.26, no.6, pp.587-601. Davila, T. Epstein, M. dan Shelton, R. 2006. *Making Innovation Work: How to Manage it, Measure it, and Profit From it*, Wharton School Publishing, Upper Saddle River. Deshpande, R, Farley, J dan Webster, F. 1993. *Corporate Culture, Customer Orientation, and Innovativeness in Japanese Firms: A quadrate Analysis*. *Journal of Marketing*, vol.57, no.1, pp.2357.

Dharmanegara, I.B.A. Sitiari, N.W. dan Wirayudha, D.G.N. 2016. *Job Competency and Work Environment: the Effect on Job Satisfaction and Job Performance Among SMEs Worker*. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*. Vol. 18, Issue 1.Ver. II (Jan. 2016. PP 19-26. DOI: 10.9790/487X-18121926 DiMaggio, PI dan Powell, WW. 1983.

*The Iron Cage Revisited - Instructional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields*. *American Sociological Review*, vol.48, no.2, pp.147160. Dougherty, D. dan Hardy, C. 1996. *Sustained Product Innovation in Large, Mature Organizations: Overcoming Innovation-To-Organization Problems*. *Academy of Management Journal*, Vol.39, pp.1120-1153. Drucker, P. 2003. *The Discipline of Innovation*.

in *Harvard Business Review on the Innovative Enterprise*, Harvard Business School Press, Cambridge. Eisenhardt, K.M. dan Schoonhoven, C.B. 1996. *Resource-Based View of Strategic Alliance Formation: Strategic and Social Effects in Entrepreneurial Firms*. *Organization Science*, Vol.7, No.2, pp.136-150. Ellonen, H-K. Jantunen, A. dan Kuivalainen, O. 2011. *The Role of Dynamic Capabilities in Developing Innovation-Related*

Capabilities.

International Journal of Innovation Management, Vol.15, No.3, pp.459-478. Feigenbaum, A. dan Karnani, A. 1991. Output Flexibility: a Competitive Advantage for Small Firms. Strategic Management Journal, Vol.12, No.2, pp.101-114. Ferdinand, Augusty. 2002. Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen, Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro. Semarang Francis, B. Hasan, I. Huang, Y.

dan Sharma, Z. 2012. Do Banks Value Innovation? Evidence from US Firms. Financial Management, Vol.41, No.1, pp.159-185. Gao, GY, Zhou, KZ dan Yim, CK. 2007. On What Should Firms Focus in Transitional Economies? A Study of the Contingent Value of Strategic Orientations in China. International Journal of Research in Marketing, vol.24, pp.3-15. Gomez Arias, JT. 1995. Do Networks Really Foster Innovation?. Management Decision, vol.33, no.9, pp.52-56. Grant, J. Golawala, F. dan McKechnie, D. 2007. The United Arab Emirates: The Twenty-First-Century Beckons. Thunderbird International Business Review, Vol.49, No.4, pp.507-533. Grant, R.M. 1996. Toward a Knowledge-Based Theory of the Firm. Strategic Management Journal, Vol.17, pp.109-122. Gunasekaran, A. Forker, L.

dan Kobu, B. 2000. Improving Operations Performance in a Small Company: A Case Study. International Journal of Operations and Production Management, Vol.20, No.3, pp.1-14. Hadjimanolis, A. 1999. Barriers to Innovation for SMEs in a Small Less Developed Country (Cyprus). Technovation, Vol.19, No.9, pp.561-570. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., dan Tatham, R. L. 2006. Multivariate Data Analysis (6th ed.). New Jersey: Pearson Education International. Hair, J.

F., Black, W. C., Babin, B. J., dan Anderson, R. E. 2010. Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.). Upper Saddle River: Pearson Education. Hair, J.F. Black, W.C. Babin, B.J. dan Anderson, R. E. 2010. Multivariate Data Analysis. Pearson, NJ: Pearson Education Inc. Hall, R. 1992. The Strategic Analysis of Intangible Resources. Strategic Management Journal, Vol.13, No.2, pp.135-149. Hall, R. 1993.

A Framework Linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive Advantage. Strategic Management Journal, Vol.14, No.8, pp.607-618. Haour, G. 2004. Resolving the Innovation Paradox, Enhancing Growth in Technology Companies, Palgrave MacMillan, New York. Hertog, S. 2010. Benchmarking SME Policies in the GCC: A Survey of Challenges and Opportunities, Euro Chamber, Brussels. Hitt, M. Hoskisson, R. dan Ireland, R. 1990.

Mergers and acquisitions and managerial commitment to innovation in M-form firms.

Strategic Management Journal, Vol.11, pp.29-47. Hjalager, A-M. 2010. A Review of Innovation Research in Tourism. Tourism Management, Vol.31, pp.1-12. Hoffmann, W. dan Schlosser, R. 2001. Success Factors of Strategic Alliances in Small and Medium-Sized Enterprises: An Empirical Study. Long Range Planning, Vol.34, No.3, pp.357-381. Hossain, M. 2013.

Open Innovation: So Far and Away Forward. World Journal of Science, Technology and Sustainable Development, vol.10, no.1, pp.30-41. Hult, G.T. Hurley, R.F. dan Knight, G.A. 2004. Innovativeness: Its Antecedents and Impact on Business Performance. Industrial Marketing Management, Vol.33, No.5, pp.429-438. Hurley, R.F. dan Hult, G.T. 1998. Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination. Journal of Marketing, Vol.62, No.3, pp.42-54.

Kenny, B. dan Reedy, E. 2006. The Impact of Organizational Culture Factors on Innovation Levels in SMEs: an Empirical Investigation. Irish Journal of Management, Vol.27, No.2, pp.119-142. Keskin, H. 2006. Market Orientation, Learning Orientation, and Innovation Capabilities in SMEs: an Extended Model. European Journal of Innovation Management, Vol.9, No.4, pp.396-417.

Kostova, T dan Zaheer, S. 1999. Organizational Legitimacy Under Conditions of Complexity: The Case of the Multinational Enterprises. Academy of management Review, vol.24, no.1, pp.64-81. Kumar, V., Aaker, D. A., dan Day, G. S. 1999. Essentials of Marketing Research. New York: John Wiley dan Sons, Inc. Kushnir, K., M.L. Mirmulstein dan R. Ramalho. 2010.

Micro Small and Medium Term Enterprise around the World: How Many are There and What Affects the Count?. World Bank and IFC MSME Country Indicators. Laforet, S dan Tann, J. 2006. Innovative Characteristics of Small Manufacturing Firms. Journal of Small Business and Enterprise Development, vol.13, no.3, pp.363-380. Laforet, S dan Tann, J. 2006. Innovative Characteristics of Small Manufacturing Firms. Journal of Small Business and Enterprise Development, vol.13, no.3, pp.363-380.

Leary, M. R. 2004. Introduction to Behavioral Research Methods (4th ed.). Boston: Pearson. Liao, J, Welsch, H dan Stoica, M. 2003. Organizational Absorptive Capacity and Responsiveness: An Empirical Investigation of Growth-Oriented SMEs. Entrepreneurship: Theory and Practice, vol. 28, no.1, pp.63-85. Mahemba, C.M. dan De Bruijn, E.J. 2003. Innovation Activities by Small and Medium-Sized Manufacturing Enterprises in Tanzania.

Creativity and Innovation Management, Vol.12, No.3, pp.162-173. Malhotra, N. K. 2004. Marketing research: An Applied Orientation. New Jersey: Pearson Education

International. Manning, M. dan Munro, D. 2007. *The Survey Researcher's SPSS Cookbook*, Pearson Education Australia, Sydney. Martinez-Roman, J. Gamero, J. dan Tamayo, J. 2011. Analysis of Innovation in SMEs Using an Innovative Capability-Based Non-Linear Model: A Study in The Province of Seville (Spain). *Technovation*, Vol.31, No.9, pp.459-475.

Martins, E. dan Terblanche, F. 2003. Building Organizational Culture That Stimulates Creativity and Innovation. *European Journal of Innovation Management*, Vol.6, No.1, pp.64-74. McGinnis, M.A. dan Ackelsberg, R.M. 1983. Effective Innovation Management: Missing Link in Strategic Management. *Journal of Business Strategy*, Vol.4, No.1, pp.59-66. Miller, R dan Floricel, S. 2004. Value Creation and Games of Innovation. *Research-Technology Management*, vol.47, no.6, pp.25-37 Mole, K.

dan Worrall, L. 2001. Innovation, Business Performance, and Regional Competitiveness in the West Midlands: Evidence from the West Midlands business survey. *European Business Review*, Vol.13, No.6, pp.353-364. Mone, M. McKinley, W. dan Barker, V. 1998. Organizational Decline and Innovation: a Contingency Framework. *Academy of Management Review*, Vol.23, No.1, pp.115-132. Mourougane, A. 2012.

Promoting SME Development in Indonesia, OECD Economics Department Working Papers, ECONOMICS DEPARTMENT WORKING PAPERS No. 995, ECO/WKP(2012)72, 7-Oct-2012, Mytelka, L.K. 2000. Local Systems of Innovation in a Globalised World Economy. *Industry and Innovation*, Vol.7, No.1, pp.15-32. Narain, Sailendra. 2003.

Institutional Capacity-Building for Small and Medium-Sized Enterprise Promotion and Development, Investment Promotion and Enterprise Development Bulletin for Asia and the Pacific, No. 2, Bangkok UN-ESCAP. Nelson, AJ. 2011. Managing Collaborations at the University-Industry Interface: An Exploration of the Diffusion of PCR and rDNA.

Paper presented to the Davis Conference on Qualitative Research, Davis, 01 October. Nelson, R. 1993. *National Systems of Innovation*, Oxford University Press, New York. Nooteboom, B. 1994. Innovation and Diffusion in Small Firms: Theory and Evidence. *Small Business Economics*, Vol.6, No.5, pp.327-334. O'Connor, G, Leifer, R, Paulson, A dan Peters, L. 2008.

Grabbing Lightning: Building a Capability for Breakthrough Innovation, Jossey-Bass, San Francisco. O'Dwyer, M. Gilmore, A. dan Carson, D. 2011. Strategic Alliances as an Element of Innovative Marketing in SMEs. *Journal of Strategic Marketing*, Vol.19, No.1, pp.91-104. O'Regan, N, Ghobadian, A dan Sims, M. 2006. Fast Tracking Innovation in Manufacturing SMEs. *Technovation*, vol.26, no.2, pp.251-261. Oliver, C. 1997.

Sustainable Competitive Advantage: Combining Institutional and Resource-Based View. *Strategic Management Journal*, Vol.18, No.9, pp.697-713. Otero-Neira, C. Lindman, M. dan Fernandez, M. 2009. Innovation and Performance in SME Furniture Industries: An International Comparative Case Study. *Marketing Intelligence and Planning*, Vol.27, No.2, pp.216-232. Peebles, E. 2003. *Inspiring Innovation*.

Harvard Business Review on the Innovative Enterprise, Harvard Business School Press, Cambridge, pp.89-110. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Government Regulation Number 17 of 2013 of Implementation of Indonesia SMEs Law). Peteraf, M.A. 1993. *The Cornerstones of Competitive Advantage: a Resource-Based View*.

*Strategic Management Journal*, Vol.14, No.3, pp.179-191. Piper, Randy P. 1997. *The Performance Determinants of Small and Medium-Sized Manufacturing Firms*, unpublished Ph.D. Dissertation, University of South Carolina. Porter, M. 1998. Clusters and the New Economics of Competition. *Harvard Business Review*, November-December, pp. 77-90. Porter, M. 2001.

Clusters of Innovation: Regional Foundation of U.S. Cooperativeness. Washington DC; US Council on Cooperativeness. Rahmana, Arief. 2008. *Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*. Informasi Terdepan tentang Usaha Kecil Menengah, (online). (<http://infoukm.wordpress.com>, diakses 15 November 2016) Salavou, H. Baltas, G. dan Lioukas, S. 2004. Organizational Innovation in SMEs: The Important of Strategic Orientation and Competitive Structure.

*European Journal of Marketing*, Vol.38, n.9/10, pp.1091-1112. Salim, H. 2013. SMEs Development in Indonesia. 1st Meeting of the COMCEC Trade Working Group, Ankara: COMCEC, June; Ankara, Turkey Sanz-Valle, R dan Jimenez-Jimenez, D. 2011. Innovation, Organizational Learning, and Performance. *Journal of Business Research*, Vol.64, No.4, pp.408-417. Schumpeter, J.A. 1993.

*History of Economic Development*, Allan and Unwin, London. Sekaran, U. 2005. *Research Methods for Business a Skill Building Approach (4th ed.)*: John Wiley dan Sons. Slater, S.F. dan Narver, J.C. 1995. Market Orientation and the Learning Organization. *Journal of Marketing*, Vol.58, pp.63-74. Smith, K. 2005. Measuring Innovation. *Oxford Handbook of Innovation*, eds J Fagerberg, D Mowery and R Nelson, Oxford University Press, Oxford, pp.148-177. Solimun. 2002.

Structural Equation Modeling Lisrel dan Amos, Penerbit Universitas Negeri Malang.  
Malang Srinivasan, R, Lilien, G dan Rangaswamy, A. 2002. Technological Opportunism and Radical Technology Adoption: An Application to e-business. *Journal of Marketing*, vol.66, no.3, pp.47-60. Stuart, T.E. 2000. Interorganizational Alliances and the Performance of Firms: a study of growth and innovation rates in a high-technology industry. *Strategic Management Journal*, Vol.21, No.8, pp.791-811. Szirmai, A. Naude, W. dan Goedhuys, M. 2011. *Entrepreneurship, Innovation, and Economic Development*, Oxford University Press, Oxford.

Tabachnick, B.G. dan Fidell, .L.S. 2001. *Using Multivariate Statistics*, Allyn and Bacon, Needham Heights. Talke, K. Salomo, S. dan Kock, A. 2011. Top Management Team Diversity and Strategic Innovation Orientation: The Relationship and Consequences for Innovativeness and Performance. *Journal of Product Innovation Management*, Vol.28, No.6, pp.819-832. Tambunan, T. 2008.

SME Development in Indonesia with Reference to Networking, Innovativeness, Market Expansion and Government Policy. in Hank Lim (ed.. "Asian SMEs and Globalization", ERIA Research Project Report 2007 No. 5, Bangkok: JETRO. Teece, D. 2010. *Technological Innovation and the Theory of the Firm: The Role of Enterprise-Level Knowledge, Complementarities, and Dynamic Capabilities*.

*Handbooks in Economics*, eds BH Hall and N Rosenberg, Elsevier Science Publishers, Amsterdam, Vol.1, pp.679-730. Thornburg, L. 1993. IBM Agent's of Influence. *Human Resource Magazine*,38(2): 25-45. Tripsas, M dan Gavetti, G. 2000. Capabilities, Cognition, and Inertia: Evidence from Digital Imaging. *Strategic Management Journal*, vol.21, no.10-11, pp.1147-1161. Tucker, R.B. 2002.

*Driving Growth Through Innovation: How Leading Firms are Transforming Their Futures*, Berrett Koehler Publishers, San Francisco. Tushman, M dan Anderson, P. 1986. Technological Discontinuities and Organizational Environments. *Administrative Science Quarterly*, vol.31, no.3, pp.439-465. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2012 tentang Perkoperasian (Law of Republic of Indonesia Number 17 of 2012 of Co-operative).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Law of Republic of Indonesia Number 20 of 2008 of SMEs). Veugelers, R dan Cassiman, B. 2005. R&D Cooperation Between Firms and Universities: Some empirical evidence from Belgian manufacturing. *International Journal of Industrial Organization*, vol.23, no.5/6, pp.355-379. Voss, GB dan Voss, ZG. 2000.



Strategic Orientation and Firm Performance in an Artistic Environment. *Journal of Marketing*, vol.64, no.1, pp.67-83. Wright, R. 2008. How to Get The Most from University Relationships, *Sloan Management Review*, vol.49, no.3, pp.75-80. Xu, Q. Chen, J. Xie, Z. Liu, J. Zheng, G. dan Wang, Y. 2007. Total Innovation Management: A Novel Paradigm of Innovation Management in the 21st century. *Journal Technology Transfer*, Vol.32, No.1/2, pp.9-25. Yu, J.,

dan Cooper, H. 1983. A Quantitative Review of Research Design Effects on Response Rate to Questionnaire. *Journal of Marketing Research*, 20(01). 36-44. Zahra, S. Nielson, A. dan Bognar, W. 1999. Corporate Entrepreneurship, Knowledge, and Competence Development. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol.23, No.3, pp.169-189. Zaltman, G. Duncan, R. dan Holbek, J. 1973. *Innovation and Organizations*, Wiley, New York. Zhu, Y. Wittmann, X. dan Peng, M. 2011.

Institution-Based Barriers to Innovation in SMEs in China. *Asia Pacific Journal of Management*, retrieved from doi: 10.1007/s10490-011-9263-7. Zhuang, L. William, D. dan Carter, M. 1999. Innovate or Liquidate - are All Organizations Convinced? *Management Decision*, Vol.37, No.1, pp.57-71. Zikmund, W. G., dan Babin, B. J. 2007. *Exploring Marketing Research* (9th ed.): ThomsonSouth Western. <http://www.oecd.org/eco/Workingpapers>

#### INTERNET SOURCES:

-----  
<1% - <http://repository.unimal.ac.id/3779/1/00>

<1% - <https://id.scribd.com/doc/290698417/Abstrak-2010>

<1% -

<http://www.lib.ui.ac.id/naskahringkas/2015-09/S45476-Pratita%20Vajar%20Kusuma>

1% - <https://core.ac.uk/download/pdf/19537475.pdf>

<1% - <https://epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1363&context=theses>

<1% - <http://epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1363&context=theses>

<1% - <https://octachen2702.blogspot.com/2013/04/analisis-lingkungan.html>

<1% - <https://agi3l.wordpress.com/2010/10/16/ukm-usaha-kecil-menengah/>

1% - <https://infoukm.wordpress.com/2008/08/11/keragaman-definisi-ukm-di-indonesia/>

<1% -

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/65613/Chapter%20II.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

<1% -

<https://chakrautama.wordpress.com/2013/01/24/pengertian-usaha-mikro-dan-non-mikro/>

<1% -

<https://www.kompasiana.com/kace/5bff5d6943322f0f8d708be3/lima-ratus-juta-rupiah-waw>

<1% -

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/44291/Chapter%20II.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

<1% -

[http://repository.ump.ac.id/5631/3/BAB%20II\\_RAGIL%20ASIH%20LESTARI\\_GEOGRAFI%20714.pdf](http://repository.ump.ac.id/5631/3/BAB%20II_RAGIL%20ASIH%20LESTARI_GEOGRAFI%20714.pdf)

<1% - <https://www.astalog.com/8099/apa-contoh-industri-kecil.htm>

<1% -

<https://www.kenali.co/berita-1487-inilah-pengertian-umkm-secara-umum-dan-para-ahli.html>

<1% -

<https://lwikorea.wordpress.com/2009/12/28/kriteria-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-menurut-uu-no-20-tahun-2008-tentang-umkm/>

<1% -

<http://www.bumn.go.id/jamkrindo/berita/0-KRITERIA-USAHA-MIKRO-KECIL-DAN-MENENGAH-MENURUT-UU-NO-20-TAHUN-2008-TENTANG-UMKM>

<1% -

<https://www.kompasiana.com/sudirwans/5c326189677ffb3374334962/penerapan-standar-akuntansi-keuangan-entitas-mikro-kecil-dan-menengah>

<1% -

<https://kolokiumkpmipb.wordpress.com/2009/04/22/eksistensi-lembaga-keuangan-mikro-dalam-pembangunan-ekonomi-pedesaan/>

<1% -

<https://ajunsstory.wordpress.com/2018/03/25/peran-dan-posisi-sumber-daya-manusia-perempuan-dan-laki-laki-dalam-dunia-kerja-sektor-umkm/>

1% - <http://e-jurnal.pnl.ac.id/index.php/ekonis/article/view/348>

Plagiarism Checker X

About Contact Help Language

Start Results **Summary**

Online Plagiarism

Side by Side Comparison

Bulk Search

Options

Connect with us

PlagiarismCheckerX Summary Report

Plagiarized Percentage: 8.00%

Plagiarized Unique

Detailed Report

Your POC License is Registered to man.pudis@yari@gmail.com

Date	Selasa, Mei 24, 2016
Words	647 Plagiarized Words / Total 7777 Words
Sources	More than 23 Sources Identified.
Remarks	Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.