

The Effect of Knowledge Management and Service-Based Innovation On The Business Success of Creative UMKM in Ambon City

Pengaruh Knowledge Management dan Inovasi Berbasis Layanan Terhadap Keberhasilan Bisnis UMKM Kreatif di Kota Ambon

Merryll Pelamonia

Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pattimura

merryllpelamonia@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the linkages between the implementation of knowledge management and service innovation capability on the business success of the creative UMKM in Ambon City. This type of research is an explanatory study, the analytical approach in research is quantitative research, and the model of this research is survey research. The unit of analysis in this study is the individual creative UMKM entrepreneur in Ambon City. Time horizon of one stage research (cross sectional), data collection using survey methods using questionnaire instruments. Determination of the sample using the probability sampling method, the sample selection in this study used a simple random sampling technique. The sample size analyzed was 53 respondents. Data analysis techniques used inferential statistical analysis (multiple regression). The results of multiple linear regression analysis prove that knowledge management and service-based innovation have a positive effect on the success of creative MSME businesses in Ambon City.

Keywords: *knowledge management, service-based innovation, business success.*

ABSTRACT

Tujuan penelitian ini untuk menginvestigasi keterkaitan implementasi knowledge management dan kemampuan inovasi berbasis layanan (service innovation capability) terhadap keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon. Jenis penelitian ini adalah studi exsplanatory, pendekatan analisis dalam penelitian merupakan penelitian kuantitatif, model penelitian ini adalah penelitian survei. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu pengusaha UMKM kreatif di Kota Ambon. Horizon waktu penelitian satu tahap (cross sectional), pengumpulan data menerapkan metode survey dengan menggunakan instrument kuisioner. Penentuan sampel menggunakan metode probability sam-pling, pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel simple random sampling. Sampel size yang dianalisis sebanyak 53 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik inferensial (regresi berganda). Hasil analisis regresi linear berganda membuktikan bahwa knowledge management dan inovasi berbasis layanan berpengaruh positif terhadap keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon.

Kata kunci : knowledge management, inovasi berbasis layanan, keberhasilan bisnis.

1. Pendahuluan

Perubahan dunia, terutama dalam konteks perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat dinamis dengan segala kompleksitasnya, cenderung mendorong manusia lebih kreatif dan inovatif dalam melakukan kegiatan ekonomi. Kondisi tersebut memposisikan kreativitas, ide, dan pengetahuan manusia sebagai aset utama dalam menggerakkan ekonomi di suatu Negara atau wilayah. Saat ini aktivitas ekonomi yang berkembang pesat berdasarkan aset kreatif atau informasi dan kreativitas dengan banyak mengandalkan ide- ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai factor produksi paling utama, atau yang lebih dikenal dengan istilah ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif pada hakikatnya adalah wujud dari upaya mencapai pembangunan yang berkelanjutan melalui proses pemikiran kreatif untuk barang dan atau jasa yang

ditawarkan. Berbeda dengan sector ekonomi lain yang sangat tergantung pada eksploitasi sumber daya alam, kekuatan ekonomi kreatif lebih bertumpu kepada keunggulan sumber daya manusia, dalam hal karya seni, arsitektur, buku, inovasi teknologi, dan animasi, berasal dari ide-ide kreatif pemikiran manusia. Eksistensi ekonomi kreatif telah mengerakan Negara-negara diseluruh dunia untuk menggali dan mengembangkan potensi kreativitas yang dimiliki masing-masing Negara. Ekonomi kreatif yang mencakup industri kreatif di berbagai negara di dunia saat ini, diyakini meningkatkan eksploitasi potensi kreatif dan dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian suatu bangsa secara signifikan (Petrikova *et al.*, 2015).

Fakta tersebut diperkuat hasil kajian empiris Saksono (2012) dan Boccella & Salerno (2016) menjelaskan keberadaan ekonomi kreatif menjadi talenta baru yang diprediksi dapat memicu perekonomian daerah. Kajian Siregar (2017) juga membuktikan bahwa jumlah unit usaha/perusahaan mempengaruhi PDRB Industri Kreatif di Sumatera Utara. Kajian Naiim & Khusnul (2018) juga mendukung fakta tersebut dengan menyimpulkan bahwa jumlah unit usaha ekonomi kreatif mempengaruhi secara langsung terhadap penyerapan tenaga kerja. Studi empiris tersebut mendasari argument yang bersifat proyeksi bahwa ekonomi kreatif memiliki kontribusi positif bagi perekonomian Indonesia.

Ekonomi kreatif berperan positif dalam perekonomian di Indonesia termasuk di Kota Ambon dalam menghasilkan pendapatan (*income generation*), menciptakan lapangan kerja (*job creation*), dan meningkatkan teknologi (*technology development*), menambah kekayaan intelektual (*intellectual property*), dan menciptakan kesejahteraan. Pada prinsipnya Kota Ambon dalam proses pembangunan ekonomi, mengedepankan berbagai aspek yang berbasis kreatifitas unggulan sebagai pendorong pembangunan ekonomi, contohnya penetapan Kota Ambon sebagai Laboratorium Perdamaian dan *Ambon City Of Music* secara langsung maupun tidak langsung mendorong eksploitasi kreatif masyarakat yang ditransformasi menjadi produk dan jasa yang bernilai ekonomis, contohnya dalam bidang musik, kuliner dan kerajinan tangan. Kondisi tersebut secara umum menggambarkan eksplorasi potensi perkembangan ekonomi kreatif Kota Ambon.

Eksistensi ekonomi kreatif di Kota Ambon, relatif baru berkembang dan belum dapat dijustifikasi sebagai kekuatan ekonomi. Hasil penelitian Anakotta (2018) mengungkapkan bahwa 93% unit usaha ekonomi kreatif di Kota Ambon merupakan usaha perseorangan dengan klasifikasi usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah (UMKM). Fakta karakteristik unit-unit usaha ekonomi kreatif di Kota Ambon mayoritas merupakan usaha perseorangan dengan klasifikasi UMKM cenderung menjustifikasi ambivalensi eksistensi operasional unit-unit usaha ekonomi kreatif di Kota Ambon. Karakteristik klasifikasi UMKM kreatif masih memiliki potensi kelemahan manajemen usaha, dan permodalan yang relatif bisa menjadi *barrier* pengembangan unit UMKM kreatif. Anakotta (2018) mengungkapkan bahwa unit-unit usaha ekonomi kreatif di Kota Ambon mayoritas merupakan usaha perseorangan yang ciri operasionalnya cenderung berdasar pada peran dan kreativitas yang dimiliki pengusaha sekaligus pemilik. Namun secara operasional UMKM kreatif sangat dinamis dan fleksibel dalam hal menghasilkan beragam produk maupun jasa, kondisi ini didasarkan pada sifat kreativitas yang dinamis sehingga perubahan produk yang dihasilkan sangat cepat.

Karakteristik kreativitas yang dinamis tersebut dapat dipandang positif bagi UMKM kreatif, namun dapat pula beresiko pada konsistensi produk maupun layanan karena kreativitas pengusaha UMKM yang berkembang dinamis cenderung berfokus pada produk atau layanan baru, dan produk yang telah lebih dulu diproduksi cenderung tidak dioptimalkan. Kondisi serupa juga diungkapkan oleh hasil penelitian empiris Manurung & Barlian (2012) yang menyimpulkan bahwa, UMKM di industri kreatif cenderung memiliki orientasi jangka pendek dalam menjalankan bisnisnya, hal terungkap dari tidak adanya konsep inovasi yang berkelanjutan dan aktifitas inti bisnis yang berubah-ubah atau tidak di dalam *cluster* tertentu. Pada akhirnya pengembangan kinerja jangka panjang UMKM yang bergerak pada industri kreatif yang cenderung tidak terarah dengan baik.

Ekonomi kreatif pada hakekatnya adalah kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir untuk selanjutnya secara fleksibel berinovasi menciptakan sesuatu (beragam produk maupun jasa) yang baru dan yang berbeda yang memiliki nilai ekonomis atau bersifat komersial. Aktivitas UMKM kreatif merupakan aktualisasi eksplorasi ide-ide baru dan menerapkan ide-ide tersebut guna melakukan proses penciptaan produk-produk dan layanan melalui penelitian dan pengembangan (*research and development*). Eksplorasi kreativitas dan ide-ide maupun gagasan-gagasan kreatif didasarkan pada *stock knowledge* yang dimiliki para pengusaha UMKM yang diwujudkan dalam bentuk kekayaan intelektual. Modal ekonomi kreatif (*creative capital*) bukan merupakan modal material, tetapi merupakan modal intelektual berupa kekayaan intelektual (Howkins, 2001). Hal tersebut memposisikan dukungan penting aspek pengetahuan dalam aktivitas UMKM kreatif.

Secara teknis upaya meningkatkan kreativitas, perlu didukung cara pandang dalam mengelola sebuah pengetahuan. Mengelola pengetahuan atau *knowledge management* merupakan suatu rangkaian kegiatan yang digunakan untuk mengidentifikasi, menciptakan, menjelaskan dan mendistribusikan pengetahuan untuk digunakan kembali, diketahui dan dipelajari di dalam organisasi guna pemerataan pengetahuan bersama dalam rangka peningkatan inovasi, peningkatan kinerja, serta keunggulan kompetitif (Rofiaty *et al.*, 2016). *Knowledge management* dipandang penting bagi aktivitas UMKM kreatif dalam hal mendorong aktualisasi inovasi unit usaha secara menyeluruh. Aktualisasi inovasi UMKM kreatif, dibutuhkan penggunaan pengetahuan yang efisien atau manajemen pengetahuan (*knowledge management*). Pemikiran kreatif atau ide-ide baru tidak cukup untuk menciptakan inovasi, pemikiran kreatif atau ide yang dihasilkan harus diubah menjadi bentuk pengetahuan yang tepat selanjutnya dikembangkan dan diintegrasikan dalam konteks proses, kegiatan, dan kebijakan organisasi (Jashapara & Tai, 2011).

Peningkatan kinerja sebagai gambaran keberhasilan organisasi bisnis termasuk UMKM kreatif pun tidak lepas oleh penerapan manajemen pengetahuan. Berbagai hasil kajian empiris dan literatur menjelaskan relevansi implementasi *knowledge management* dengan aktivitas unit usaha kreatif serta menjelaskan bahwa UKM yang menerapkan *knowledge management* memperoleh manfaat yang sama dengan perusahaan besar yang menerapkan *knowledge management* antara lain, Civi (2000); Webb (2001); Carter (2013) Saraswati & Widiartanto (2016); Tupamahu (2016) dan Mertayasa *et al* (2017). Dalam konteks operasional tujuan peningkatan inovasi memiliki prosentase yang cukup besar dalam tujuan diterapkannya manajemen pengetahuan dalam perusahaan, implementasi *knowledge management* sangat diperlukan dalam penciptaan inovasi yang nantinya akan meningkatkan kinerja (Saraswati & Widiartanto, 2016).

Operasionalisasi UMKM kreatif dapat dijelaskan sebagai mekanisme sistimatis, mulai dari eksplorasi kreativitas dan ide-ide maupun gagasan-gagasan kreatif yang diimplementasi dalam kemampuan inovasi layanan yang merupakan aktualisasi pengembangan layanan baru yang diharapkan sebagai hal yang baru, berbeda dan menjadi bagian penting dari strategi dan operasi UMKM kreatif. Kemampuan inovasi layanan dapat dihasilkan dari kemampuan perusahaan untuk fokus pada pemikiran berdasarkan pelanggan untuk mencapai hasil melampaui harapan pelanggan (Kandampully, 2002). Aktivitas pengusaha UMKM kreatif di Kota Ambon secara nyata berada dalam persaingan, namun dengan kemampuan kreativitas serta aktualisasi inovasi mampu mendeteksi peluang dan layanan yang dibutuhkan konsumen, diupayakan secara maksimal untuk melampaui harapan pelanggan ataupun menjadi yang menetapkan standar kecepatan pelayanan di pasar. Indikasi hal tersebut tergambar dari kuantitas iklan terutama pada media *online* maupun berbagai event pameran serta semakin sering launching produk baru oleh UMKM kreatif di Kota Ambon, kondisi ini menjustifikasi UMKM kreatif di Kota Ambon seakan berlomba dalam hal inovasi, kecepatan dan ketepatan pelayanan, orientasi pemasaran *online* cepat merespon pelanggan.

Hasil kajian Tupamahu (2015) dan Anakotta, (2018) mengungkapkan bahwa unit-unit UMKM secara umum menempatkan inovasi pelayanan sebagai hal yang penting serta memosisikannya sebagai budaya kerja. Hendro (2011) menjelaskan inti "*innovation theory*" bahwa sesuatu yang tidak mungkin menjadi mungkin dan spektakuler, teori ini menjelaskan relevansi inovasi sebagai determinan keberhasilan. Hasil penelitian Aribawa (2017) menyimpulkan UMKM yang bergerak pada industri kreatif diketahui memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kemampuan bisnis untuk melakukan inovasi berbasis layanan. Andiyanto & Miyasto (2017) menyimpulkan bahwa inovasi merupakan faktor pendorong kinerja bisnis.

Dalam proses pencapaian kinerja sebagai gambaran keberhasilan bisnis, pengetahuan merupakan sumberdaya organisasi yang krusial dan pengetahuan dikelola dengan efektif oleh organisasi dalam manajemen pengetahuan (*knowledge management*) memberikan garansi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi sebuah organisasi (Latupapua, 2019). Organisasi bisnis yang telah menjadikan manajemen pengetahuan (*knowledge management*) sebagai salah satu strategi untuk menciptakan nilai, meningkatkan efektivitas dan produktifitas organisasi, dalam rangka peningkatan kinerja usaha dan daya tahan organisasi mereka serta keunggulan kompetitif Organisasi (Devi, 1999). Kajian C. Carter & Scarbrough (2001), Mills & Smith (2011) dan Surya Dewi Kusuma & Devie (2013) menunjukkan bukti empiris bahwa *knowledge management* memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan. Kajian Dubina *et al* (2012) menjelaskan keterkaitan positif pengetahuan dalam aktivitas ekonomi kreatif. Secara spesifik Veselá & Klimová (2014) menjelaskan bahwa *knowledge management* merupakan aspek penting dalam mendukung aktivitas ekonomi kreatif.

Kajian tentang keterkaitan dan integrasi *knowledge management* dan inovasi berbasis layanan dalam aktivitas bisnis dipandang sebagai aset intelektual dan sebagai faktor penting dalam aktivitas bisnis saat ini, diskusi tentang hal tersebut menjadi perhatian para peneliti. Beragam penjelasan literatur dan kajian empiris menerangkan variasi keterkaitan *knowledge management* dan inovasi berbasis layanan sebagai determinan keberhasilan bisnis. Hasil kajian Rofiaty *et al* (2016) menyimpulkan bahwa *knowledge Management* bukan sebagai penentu utama keberhasilan kinerja organisasi, namun keberadaannya merupakan input penting dari implementasi strategi, dalam upaya meningkatkan kinerja organisasi. Hasil kajian Kosasih & Budiani (2008) menunjukkan bahwa *knowledge management* secara tidak langsung mempengaruhi kinerja karyawan, faktor yang paling dominan mempengaruhi kinerja karyawan adalah *technology*. Hasil kajian Daud (2016) menjelaskan inovasi layanan memediasi pengaruh orientasi pelanggan terhadap kinerja. Hasil kajian empiris menyimpulkan implementasi *knowledge management* dan inovasi memiliki hubungan tak langsung terhadap kinerja yang diindikasikan sebagai keberhasilan bisnis. Penelitian-penelitian terdahulu dilakukan pada objek perusahaan skala besar, namun dalam konteks operasional atau integrasi dalam proses bisnis UMKM kreatif, kecenderungan karakteristik perusahaan kecil atau perseorangan, terutama dalam hal sumberdaya yang dimiliki oleh perusahaan berskala kecil atau UMKM, tidak bervariasi dan dengan jumlah yang relatif sedikit (terbatas) dibandingkan perusahaan besar, aspek tersebut relatif masih dominan sehingga cenderung bertumpu pada modal *non finance* atau non material serta berbagai kebijakan strategis relatif diformulasikan secara non formal. Aktivitas UMKM kreatif mengandalkan aspek sumberdaya insani dalam hal kreativitas dan inovasi sebagai input penting, sehingga diasumsikan integrasi implementasi *knowledge management* dan inovasi berbasis layanan secara fungsional memiliki keterkaitan sebagai determinan terhadap keberhasilan UMKM kreatif.

Transfer teknologi, informasi, pemahaman media, akumulasi pengetahuan, investasi intelektual atau ketrampilan menyeluruh terintegrasi dalam sumber daya manusia serta kemampuan melakukan inovasi layanan adalah aspek penting untuk UMKM kreatif menghasilkan nilai tambah serta pencapaian keberhasilan bisnis. Argumen tersebut mendasari

pentingnya investigasi untuk memahami hubungan antara *knowledge management*, inovasi layanan dan keberhasilan perusahaan. Peneilitaian ini dikembangkan guna menginvestigasi keterkaitan implementasi *knowledge management* dan kemampuan inovasi yang berbasis pada layanan (*service innovation capability*) terhadap keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon.

2. Tinjauan Pustaka

Knowledge Management

Knowledge management merupakan sebuah proses yang membantu organisasi untuk menemukan, memilih, mengatur, menyebarkan, dan mentransfer informasi penting dan keahlian yang diperlukan untuk kegiatan (Nasser H. Zaied *et al.*, 2012). Nonaka (2000) menjelaskan bahwa *knowledge* dapat dibedakan menjadi *explicit* dan *tacit*. *Tacit knowledge* adalah pengetahuan yang masih dalam pikiran, belum didokumentasikan. Sedangkan *explicit knowledge* adalah pengetahuan yang sudah tercatat atau terdokumentasi. Tantangannya adalah bagaimana agar *tacit knowledge* ini dapat diubah menjadi *explicit knowledge*. *Knowledge management* merupakan modal sosial dan sebagai aset tak berwujud serta berfungsi sebagai dasar kinerja perusahaan (Hernández & Jimenez, 2014).

Knowledge management adalah seni penciptaan nilai dari *ingtangible asset* (Sveiby, 2001). Davidson dan Voss (2002) dalam Anggapraja (2016) menjelaskan *knowledge management* merupakan sistem yang memungkinkan perusahaan menyerap pengetahuan, pengalaman, dan kreativitas para stafnya untuk perbaikan kinerja perusahaan. *Knowledge management* dikonsepsikan sebagai pengelolaan pengetahuan organisasi bisnis dalam menciptakan nilai bisnis (*business value*) serta membentuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*) melalui optimalisasi proses penciptaan, pengkomunikasian, dan pengaplikasian keseluruhan *knowledge* yang dibutuhkan dalam rangka pencapaian tujuan bisnis (Alavi & Tiwana, 2002). *Knowledge management* adalah usaha untuk meningkatkan pengetahuan yang berguna dalam organisasi di antaranya membiasakan budaya komunikasi antara individu, memberikan kesempatan untuk belajar, dan menggalakan saling berbagi *knowledge* (Anggapraja, 2016).

Knowledge management memiliki peran penting dalam proses bisnis, melalui akumulasi pengetahuan, aktivitas bisnis dapat ditingkatkan dan output dapat mencapai tingkat kinerja maksimum (Suciu *et al.*, 2014). Turban (2001) dalam Mulyanto (2008) menyatakan bahwa *knowledge management* sebagai dasar pengaturan pengetahuan perusahaan dan aset intelektual yang dapat memperbaiki karakteristik kinerja organisasi dan menambah nilai untuk bertindak dengan cerdas. Kosasih (2003:13) dalam Warouw & Kawet (2014) menjelaskan *knowledge Management* adalah kebiasaan, keahlian/kepakaran, keterampilan, pemahaman, atau pengertian yang diperoleh dari pengalaman, latihan atau melalui proses belajar. Anggapraja (2016) mengkonsepkan *knowledge Management* secara operasional dengan indicator : *personal knowledge*, *Job Procedure* dan *Technology*.

Inovasi Berbasis Layanan

Inovasi layanan adalah pengembangan layanan baru yang diharapkan sebagai hal yang baru dan telah menjadi bagian penting dari strategi dan operasi perusahaan. Kemampuan inovasi berbasis layanan dikaitkan dengan nilai pelanggan yang merupakan preferensi pelanggan untuk atribut tambahan dari produk, kehandalan dan purna jual (Flint *et al.*, 2005). Inovasi layanan (*service innovation*) adalah kebaruan atau perbaikan yang signifikan pada konsep layanan yang diaplikasikan secara praktis. Wujudnya bisa pembaharuan saluran interaksi konsumen, sistem distribusi dan konsep teknologi atau kombinasinya. Inovasi layanan dapat berbentuk inovasi inkremental dan inovasi radikal. Inovasi inkremental berkaitan dengan kebutuhan nyata konsumen, sedangkan inovasi radikal menunjukkan adanya perubahan

mendasar pada layanan yang baru dan memberi manfaat layanan yang nyata (Cheng & Krumwiede, 2012).

Pengukuran kemampuan inovasi berbasis layanan mengacu pada pendapat Grawe et al (2009), yang menjelaskan implementasi perusahaan terus mencari cara baru untuk melayani pelanggan dengan lebih baik dan berbeda. Kemampuan inovasi layanan dapat dihasilkan dari kemampuan perusahaan untuk fokus pada pemikiran berdasarkan pelanggan untuk mencapai hasil melampaui harapan pelanggan (Kandampully, 2002). Muluk (2008:48) dalam Hilda (2014), dilihat dari segi proses inovasi dalam konteks layanan dapat dibedakan dalam dua kategori yaitu: *a) Subtaining innovation* (inovasi terusan) yang merupakan proses inovasi yang membawa perubahan baru namun dengan tetap mendasarkan diri pada kondisi pelayanan dan sistem yang sedang berjalan atau produk yang sudah ada. *b) Discontinues innovation* (inovasi terputus) merupakan proses inovasi yang membawa perubahan yang sama sekali baru dan tidak lagi berdasar pada kondisi yang sudah ada sebelumnya.

Keberhasilan Bisnis

Keberhasilan usaha dapat diartikan sebagai keberhasilan bisnis. Keberhasilan bisnis merupakan indikator aktivitas bisnis mencapai tujuannya, keberhasilan tersebut diperoleh dari kerja wirausaha yang memiliki otak yang cerdas, kreatif, menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dan dapat menerapkan secara proaktif dan hal tersebut terlihat dari usaha. Tan *et al* (2005) menjelaskan tentang wirausahawan kecil di Singapura, menunjukkan bahwa dari 85% responden yang menjawab, 70% wirausaha menggunakan *net profit growth* untuk mengukur keberhasilan usaha, disusul oleh laba penjualan (*sales revenue growth*) 61%, laba setelah pajak (*return on investment*) 50% , dan pangsa pasar (*market share*) 48%. Selanjutnya, 38% dari wirausaha yang menggunakan kriteria keberhasilan laba bersih (*net profit growth*), mengatakan bahwa prestasi 6-10% pertumbuhan per tahun merupakan indikator keberhasilan usaha.

Erliah (2007:49) dalam (Tupamahu, 2016) menjelaskan bahwa “Suatu usaha dikatakan berhasil apabila setelah jangka waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik dalam permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan”. Keberhasilan bisnis identik dengan pendapatan, argumen ini menjustifikasi pendapatan merupakan salah satu kriteria bagi untuk menilai keberhasilan bisnis. Berry *et al* (2002) menyatakan bahwa keberhasilan bisnis diindikasikan sebagai pencapaian *real profit*. Indikator keberhasilan usaha menurut Henry Faizal Noor (2007:397) dalam Anakotta (2018) adalah sebagai berikut : konsistensi laba/*profitability*, produktivitas dan efisiensi, daya saing, kompetensi dan etika usaha, dan terbangun citra yang baik. Gray (1999:26) dalam (Tupamahu, 2016) menggunakan tiga kriteria pengukuran yakni *business status* (apakah usaha masih beroperasi, sudah dijual ataukah disewakan), *numbers of employment* (jumlah tenaga kerja tetap atau paruh waktu yang dipekerjakan), dan *income* (laba bersih) untuk mengukur keberhasilan usaha kecil. Riyanti (2003) mengkonsepkan indikator guna mengukur keberhasilan usaha kecil yaitu: peningkatan dalam akumulasi modal atau peningkatan modal, peningkatan jumlah produksi, peningkatan jumlah pelanggan, perluasan usaha, perluasan daerah pemasaran, perbaikan sarana fisik dan pendapatan usaha

Pengembangan Hipotesis

Pengembangan hipotesis penelitian ini mengacu pada teori-teori dan penelitian terdahulu, antara lain, kajian Civi (2000); Webb (2001); Carter (2013) serta Saraswati & Widiartanto (2016) yang menjelaskan keterkaitan *knowledge management* dengan keberhasilan bisnis. Secara spesifik Veselá & Klimová (2014) menjelaskan bahwa *knowledge management* merupakan aspek penting dalam mendukung aktivitas ekonomi kreatif. *Knowledge management* memiliki peran penting dalam proses bisnis, melalui akumulasi pengetahuan, aktivitas bisnis dapat ditingkatkan dan output dapat mencapai tingkat

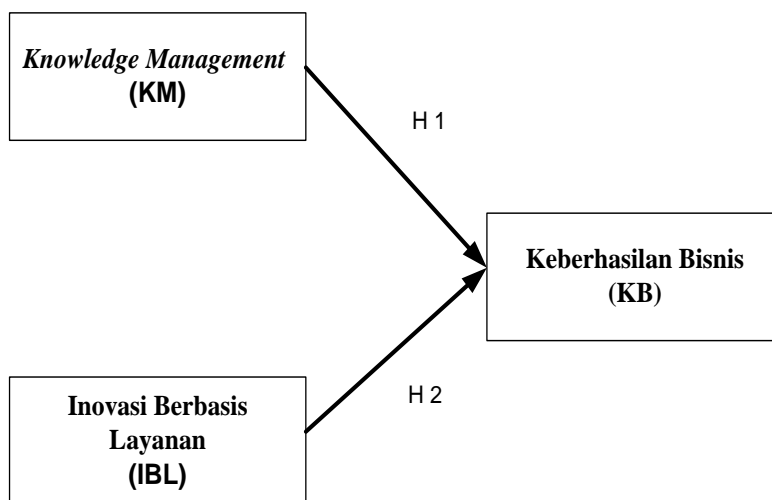
kinerja maksimum (Suciu et al., 2014). Merujuk pada literatur teori dan penelitian terdahulu, maka diajukan hipotesis penelitian yang akan dibuktikan dalam penelitian ini, sebagai berikut :
Hipotesis 1, Knowledge management berpengaruh positif terhadap keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon.

Hasil penelitian Aribawa (2017) menyimpulkan UMKM yang bergerak pada industri kreatif diketahui memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kemampuan bisnis untuk melakukan inovasi berbasis layanan. Andiyanto & Miyasto (2017) menyimpulkan bahwa inovasi merupakan faktor pendorong kinerja bisnis. Merujuk pada literatur teori dan penelitian terdahulu, maka diajukan hipotesis penelitian yang akan dibuktikan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

Hipotesis 2, Inovasi berbasis layanan berpengaruh positif terhadap keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon.

Kerangka Konsep Penelitian

Berdasarkan hasil kajian dan konsep teoritis tersebut konseptual penelitian ini yang menjelaskan investigasi antar variabel dikonsepsikan sebagai berikut.



Gambar 1
Kerangka Konsep Penelitian

3. Metode Penelitian

Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah studi *explanatory*, pendekatan analisis dalam penelitian merupakan penelitian kuantitatif, model penelitian ini adalah penelitian survei. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu pengusaha UMKM kreatif di Kota Ambon. Pengumpulan data menggunakan instrument kuisioner. Horizon waktu penelitian satu tahap (*cross sectional*) atau studi yang dilakukan dengan data yang hanya sekali dikumpulkan dalam satu periode waktu.

Populasi Dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah keseluruhan UMKM kreatif di Kota Ambon dan aktif beraktivitas bisnis di wilayah Kota Ambon. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Propinsi Maluku, jumlah unit UMKM kreatif di Kota Ambon sebanyak 61 unit. Penentuan sampel menggunakan metode *probability sampling*, pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *simple random sampling*. *Sampel size* dihitung dengan menggunakan pendekatan yang dikemukakan oleh Yamane (1973) dalam Ferdinand (2011) maka jumlah sampel yang dianalisis sebanyak 53 responden.

Definisi Operasionalisasi Dan Pengukuran Variabel.

Variabel dalam penelitian dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu variabel *independent* terdiri dari variabel *knowledge management* (KM) dan inovasi berbasis layanan (IBL), dan variabel *dependent* yaitu keberhasilan bisnis UMKM kreatif (KB). Variabel *knowledge management* (KM) didefinisikan sebagai usaha untuk meningkatkan pengetahuan yang berguna dalam organisasi di antaranya membiasakan budaya komunikasi antara individu, memberikan kesempatan untuk belajar, dan menggalakan saling berbagi *knowledge*. Indikator variabel *knowledge management* (KM) dalam penelitian ini adalah, *personal knowledge*, *Job Procedure*, *information* dan *Technology*. Variabel inovasi berbasis layanan (IBL) diindikasikan sebagai implementasi UMKM kreatif menerapkan cara baru untuk melayani pelanggan dengan lebih baik dan berbeda. Indikator variabel inovasi berbasis layanan (IBL) meliputi, *subtaining innovation* dan *discontinues innovation*. Variabel keberhasilan bisnis UMKM kreatif (KB) dalam penelitian ini didefinisikan sebagai gambaran keberhasilan atau pencapaian tujuan dalam aktivitas bisnis. Indikator variabel keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon meliputi, konsistensi laba/*profitability*, produktivitas dan efisiensi, daya saing, kompetensi dan etika usaha, dan terbangun citra yang baik. Keseluruhan variabel diukur menggunakan skala Likert.

Teknik Analisis Data

Model pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis statistic inferensial regresi berganda guna menguji pengaruh *knowledge management* dan inovasi berbasis layanan terhadap keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon. Model persamaan regresi berganda sebagai berikut.

$$KB = \alpha + \beta_1 KM + \beta_2 IBL + \epsilon$$

Dimana,

KB = Keberhasilan bisnis UMKM kreatif

KM = *knowledge management*

IBL = inovasi berbasis layanan

β = Koefisien regresi

α = Intercept

4. Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Uji instrumen yang dilakukan untuk mengukur kualitas data dalam penelitian ini, yaitu uji reliabilitas dan validitas. Uji instrumen, pada penelitian ini guna menguji instrument penelitian dengan tujuan menjamin kualitas data yang diuji aspek reliable dan valid. Uji instrumen dengan menggunakan uji *validitas* dan *reliabilitas*, validitas terhadap 23 indikator variabel membuktikan bahwa nilai Nilai koefisien *Product Moment* (r) indikator lebih besar dari 0.5 dan nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0.6, hal ini membuktikan bahwa instrumen penelitian tersebut dapat dipercaya (*reliable*), hasil penelitian dijelaskan pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1 Hasil Uji Instrumen Penelitian

Item Variabel	Nilai Korelasi (r)	Nilai sig	Keterangan	Nilai <i>cronbach's alpha</i>	Keterangan
km.1	0.839	0.000	Valid	0.920	Reliabel
km.2	0.784	0.000	Valid		
km.3	0.835	0.000	Valid		
km.4	0.859	0.000	Valid		
km.5	0.823	0.000	Valid		
km.6	0.730	0.000	Valid		

km.7	0.797	0.000	Valid				
km.8	0.751	0.000	Valid				
ibl.1	0.908	0.000	Valid				
ibl.2	0.864	0.000	Valid				
ibl.3	0.793	0.000	Valid				
ibl.4	0.609	0.000	Valid	0.805	Reliabel		
ibl.5	0.900	0.000	Valid				
ibl.6	0.856	0.000	Valid				
ibl.7	0.855	0.000	Valid				
ibl.8	0.767	0.000	Valid				
kb.1	0.929	0.000	Valid				
kb.2	0.872	0.000	Valid				
kb.3	0.822	0.000	Valid				
kb.4	0.846	0.000	Valid	0.925	Reliabel		
kb.5	0.910	0.000	Valid				
kb.6	0.867	0.000	Valid				
kb.7	0.929	0.000	Valid				

Sumber : Hasil Penelitian, Tahun 2020

Hasil Perhitungan Regresi Berganda

Perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 19, dilakukan untuk membuktikan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen, yakni *knowledge management* (KM), dan inovasi berbasis layanan (IBL) terhadap keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon (KB). Hasil perhitungan regresi berganda sebagai berikut.

Tabel 3 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda

Variabel	Standardized Coefficients (B)	t hitung	sig.	Keterangan
Constant	0.738			
<i>Knowledge Management</i> (KM)	0.480	558	.000	Signifikan
Inovasi Berbasis Layanan (IBL)	0.306	987	.000	Signifikan
R	0.842			
R Square	0.709			
F hitung	60.905			
Sign. F	0.000			

Sumber : Hasil Penelitian, Tahun 2020.

Model regresi berdasarkan hasil analisis dengan bantuan program SPSS dapat dibentuk suatu persamaan regresi sebagai berikut .:

$$KB = 0.738 + 0.480KM + 0.306IBL$$

Model persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut,

1. Nilai koefisien regresi $\beta_1 = 0.480$ menjelaskan bahwa setiap variabel *knowledge management* (KM) diindikasikan *personal knowledge, Job Procedure, information* dan *Technology* semakin baik maka keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon (KB) akan meningkat sebesar nilai koefisien regresi β_1 atau dengan kata lain peningkatan keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon (KB) dibutuhkan variabel *knowledge management* sebesar 0.480, dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap.

2. Nilai koefisien regresi $\beta_2 = 0.306$ menjelaskan bahwa setiap variabel inovasi berbasis layanan (IBL) diwakili oleh indikator *subtaining innovation* dan *discontinues innovation* semakin baik, maka keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon (KB) akan meningkat sebesar nilai koefisien regresi β_2 atau dengan kata lain setiap peningkatan keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon (KB) dibutuhkan variabel inovasi berbasis layanan (IBL) sebesar 0.306, dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap.

Nilai intercept (α) sebesar 0.738 menjelaskan bahwa apabila variabel *knowledge management* dan variabel inovasi berbasis layanan tidak bertamba atau nol, maka keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon sebesar nilai α atau sebesar 0.738. Nilai korelasi sebesar 0.842 menjelaskan hubungan *knowledge management* dan inovasi berbasis layanan terhadap keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon sebesar 73.8% atau tergolong hubungan kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 0.709 menjelaskan sumbangan *knowledge management* dan inovasi berbasis layanan terhadap keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon sebesar 70.9%.

Guna membuktikan apakah variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat maka dilakukan uji hipotesis dengan metode uji nilai p . Nilai Sig sebesar 0.000 nilai ini lebih kecil dari nilai derajat bebas sebesar 0.05. Hasil hipotesis 1 (H_1) dapat diperoleh bukti bahwa *Knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon. Hasil ini membuktikan bahwa hipotesis 1 diterima, pada tingkat signifikansi 5%. Berdasarkan hasil uji regresi berganda, terbukti bahwa Sig variabel inovasi berbasis layanan (IBL) sebesar 0.000. Hasil ini menjelaskan bahwa Hipotesis 2, inovasi berbasis layanan berpengaruh positif terhadap keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon terdukung atau dapat diterima. Hasil ini menjelaskan pembuktian bahwa inovasi berbasis layanan berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *knowledge management* diindikasikan *personal knowledge*, *Job Procedure*, *information* dan *Technology* mempengaruhi keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon dalam hal, konsistensi laba/*profitability*, produktivitas dan efisiensi, daya saing, kompetensi dan etika usaha, dan terbangun citra yang baik. Penelitian ini membuktikan bahwa semakin baik implementasi *knowledge management* maka keberhasilan UMKM kreatif semakin meningkat. Penelitian ini menjelaskan implementasi *knowledge management* merupakan aktualisasi UMKM kreatif memfasilitasi pengusaha dan karyawan menyerap pengetahuan, pengalaman, informasi dan kreativitas dari berbagai sumber untuk basis operasional dan mendukung pencapaian output yang maksimal.

Hasil penelitian ini mengungkapkan *knowledge management* sebagai pengelolaan pengetahuan di organisasi UMKM kreatif guna menciptakan nilai bisnis (*business value*) melalui eksploitasi atau optimalisasi proses penciptaan, pengkomunikasian, dan pengaplikasian keseluruhan *knowledge* yang dibutuhkan dalam rangka pencapaian keberhasilan bisnis. *Knowledge management* dipersepsikan dan diimplementasikan oleh pengusaha dan karyawan UMKM kreatif sebagai aset intelektual atau aset tidak berwujud, dan secara langsung mempengaruhi pencapaian keberhasilan bisnis. Hasil penelitian ini relatif berbeda dengan kajian Rofiaty *et al* (2016) dan Daud (2016) yang menyatakan bahwa *knowledge management* tidak berhubungan langsung terhadap keberhasilan perusahaan. Penelitian ini mengungkapkan implementasi *knowledge management* secara menyeluruh di UMKM kreatif merupakan interaksi kerja, yang bercirikan perilaku sosial dalam organisasi dalam hal penyebaran pengetahuan dan informasi secara internal, yang merupakan input dalam mendukung kontinuitas kreativitas dan inovasi secara merata antara karyawan dan pengusaha UMKM kreatif di Kota Ambon.

Knowledge management terbukti mendukung pemahaman pengetahuan dan informasi secara merata, *knowledge management* mendorong pembaharuan sumberdaya manusia, penyesuaian kompetensi dan fleksibilitas organisasi sehingga operasionalisasi UMKM

kreatif efektif dan efisien. *Knowledge management* merupakan aktualisasi transfer pengetahuan, teknologi, informasi, pemahaman media, akumulasi pengetahuan, investasi intelektual atau ketrampilan menyeluruh terintegrasi dalam sumber daya manusia UMKM kreatif di Kota Ambon. Hasil penelitian ini mendukung hasil kajian C. Carter & Scarbrough (2001), Mills & Smith (2011) serta Surya Dewi Kusuma & Devie (2013) menunjukkan bukti empiris bahwa *knowledge management* memiliki pengaruh terhadap keberhasilan perusahaan. Penelitian ini juga mendukung kajian Dubina *et al* (2012) dan Veselá & Klimová (2014) yang menjelaskan keterkaitan positif *knowledge management* dalam aktivitas dan pencapaian keberhasilan ekonomi kreatif.

Penelitian ini membuktikan bahwa inovasi berbasis layanan dengan indikator *subtaining innovation* dan *discontinues innovation* terbukti mempengaruhi keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa semakin baik kemampuan UMKM kreatif dalam hal inovasi berbasis layanan, maka keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon meningkat. Temuan penelitian ini menjelaskan inovasi layanan adalah bukti kemampuan UMKM kreatif dalam hal pengembangan layanan baru yang diharapkan sebagai hal yang baru dan menjadi bagian penting dari strategi dan operasi UMKM kreatif di Kota Ambon. Kemampuan inovasi berbasis layanan merupakan wujud implementasi UMKM kreatif di Kota Ambon mencari dan memperbaharui cara dan metode baru untuk melayani pelanggan dengan lebih baik dan berbeda.

Temuan penelitian ini menjelaskan inovasi berbasis layanan merupakan cara UMKM kreatif untuk membedakan barang atau jasa dari pesaing dengan cara yang menciptakan nilai tambah atau baru untuk pelanggan. Temuan penelitian ini menjelaskan inovasi berbasis layanan dalam hal, *subtaining innovation* (inovasi terusan) dan *discontinues innovation* (inovasi terputus) merupakan kemampuan UMKM kreatif di Kota Ambon dalam optimalisasi produk dan layanan yang telah dihasilkan sebelumnya serta mempertahankan pelanggan lama yang cenderung fanatik dengan produk maupun jasa yang telah dihasilkan sebelumnya. Inovasi berbasis layanan terutama dalam hal *discontinues innovation* (inovasi terputus) merupakan kemampuan fleksibilitas atau adaptasi UMKM kreatif di Kota Ambon terhadap dinamika lingkungan bisnis, tren maupun adaptasi terhadap peningkatan dan dinamisasi kebutuhan maupun keinginan pelanggan baik pelanggan baru maupun pelanggan lama. Penelitian ini juga menegaskan inovasi berbasis layanan sebagai wujud tindakan sangat penting bagi UMKM kreatif di Kota Ambon dalam hal mengidentifikasi perubahan, penyesuaian dan adaptasi peluang, hasil penelitian ini relevan dengan kajian Djordjevic (2013). Hasil penelitian ini mendukung kajian Aribawa (2017) menyimpulkan UMKM yang bergerak pada industri kreatif diketahui memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kemampuan bisnis untuk melakukan inovasi berbasis layanan. Hasil penelitian ini relevan dengan hasil kajian Andiyanto & Miyasto (2017) menyimpulkan bahwa inovasi merupakan faktor pendorong kinerja bisnis.

5. Penutup

Kesimpulan

Knowledge management diindikasikan *personal knowledge*, *Job Procedure*, *information* dan *Technology* mempengaruhi keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon dalam hal, konsistensi laba/*profitability*, produktivitas dan efisiensi, daya saing, kompetensi dan etika usaha, dan terbangun citra yang baik. Implementasi *knowledge management* semakin baik implementasi *knowledge management* maka keberhasilan UMKM kreatif semakin meningkat. *Knowledge management* terbukti mendukung pemahaman pengetahuan dan informasi secara merata, *knowledge management* mendorong pembaharuan sumberdaya manusia, penyesuaian kompetensi dan fleksibilitas organisasi sehingga operasionalisasi UMKM kreatif efektif dan efisien. *Knowledge management* merupakan aktualisasi transfer pengetahuan, teknologi, informasi, pemahaman media, akumulasi pengetahuan, investasi intelektual atau

ketrampilan menyeluruh terintegrasi dalam sumber daya manusia UMKM kreatif di Kota Ambon.

Inovasi berbasis layanan dengan indikator *subtaining innovation* dan *discontinues innovation* terbukti mempengaruhi keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon, semakin baik kemampuan UMKM kreatif dalam hal inovasi berbasis layanan, maka keberhasilan bisnis UMKM kreatif di Kota Ambon meningkat. Kemampuan inovasi berbasis layanan dalam hal, *subtaining innovation* (inovasi terusan) dan *discontinues innovation* (inovasi terputus) merupakan kemampuan UMKM kreatif di Kota Ambon dalam hal optimalisasi produk dan layanan maupun pelanggan. Inovasi berbasis layanan merupakan gambaran fleksibilitas atau adaptasi UMKM kreatif di Kota Ambon terhadap dinamika lingkungan bisnis, tren maupun adaptasi terhadap peningkatan dan dinamisasi kebutuhan maupun keinginan pelanggan.

Saran

Knowledge management merupakan faktor bagi UMKM kreatif di Kota Ambon, untuk itu harus menjadikan *knowledge management* sebagai bagian dari aktivitas rutin dan secara formal dijelaskan dalam *job procedure*. Pengusaha UMKM kreatif di Kota Ambon sudah saatnya mengembangkan dan mendorong penerapan *knowledge management* sebagai kapabilitas organisasi dan budaya kerja. Guna mendapatkan pengetahuan yang lebih berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan operasional UMKM kreatif, maka proses *knowledge management* dapat pula didukung dengan sarana prasarana kerja yang memadai, sehingga proses penciptaan pengetahuan akan lebih cepat dan efektif. UMKM kreatif di Kota Ambon perlu lebih perhatian dan penghargaan bagi karyawan dalam hal pelaksanaan inovasi layanan sehingga menjamin keberlanjutan komitmen, serta kemampuan inovasi. Diharapkan peneliti selanjutnya mengembangkan kajian yang berfokus pada faktor-faktor yang mendorong individu untuk berbagi pengetahuan. Penelitian dapat dikembangkan atau dikaji dari aspek internal individu, misalnya aspek kepribadian maupun eksternal, misalnya lingkungan kerja. Selain itu faktor pendukung, dalam hal ini teknologi, juga harus dilibatkan untuk memudahkan proses berbagi pengetahuan dan kemampuan inovasi.

Daftar Pustaka

- Alavi, M., & Tiwana, A. (2002). Knowledge Integration In Virtual Teams: The Potential Role Of KMS. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. <https://doi.org/10.1002/asi.10107>
- Anakotta, D. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemandirian Ekonomi Kreatif di Kota Ambon. *Skripsi FKIP Universitas Pattimura Ambon*.
- Andiyanto, F., & Miyasto, S. S. (2017). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Bisnis (Studi Empiris Pada Industri Pakaian Jadi Skala Kecil dan Menengah di Kabupaten Kudus). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Anggapraja, I. T. (2016). Pengaruh Penerapan Knowledge Management dan Pengembangan Sumber Daya Manusia terhadap Kinerja Karyawan PT Telkom Tbk. (Studi Explanatory Survey pada Karyawan Unit Human Capital Management PT Telkom Tbk.). *Jurnal Aplikasi Manajemen*. <https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.1.15>
- Aribawa, D. (2017). Hubungan Antara Orientasi Strategis Dan Kemampuan Inovasi Berbasis Layanan Studi Pada UMKM Kreatif Di Indonesia. *Jurnal Manajemen*. <https://doi.org/10.24912/jm.v19i2.121>
- Berry, A., Rodriguez, E., & Sandee, H. (2002). Firm And Group Dynamics In The Small And Medium Enterprise Sector In Indonesia. *Small Business Economics*. <https://doi.org/10.1023/A:1015186023309>

- Boccella, N., & Salerno, I. (2016). Creative Economy, Cultural Industries and Local Development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.370>
- Carter, D. (2013). Urban Regeneration, Digital Development Strategies and the Knowledge Economy: Manchester Case Study. *Journal of the Knowledge Economy*. <https://doi.org/10.1007/s13132-012-0086-7>
- Cheng, C. C., & Krumwiede, D. (2012). The Role Of Service Innovation In The Market Orientation - New Service Performance Linkage. *Technovation*. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2012.03.006>
- Chris, C., & Scarbrough, H. (2001). Regimes Of Knowledge, Stories Of Power: A Treatise On Knowledge Management. *Creativity and Innovation Management*. <https://doi.org/10.1111/1467-8691.00222>
- Civi, E. (2000). Knowledge Management As A Competitive Asset: A Review Marketing Intelligence And Planning. *Journal of Knowledge Management*.
- Daud, A. (2016). Pengaruh Inovasi Layanan Dan Keunggulan Posisional Pada Kinerja Pemasaran. *Jurnal Siasat Bisnis*. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art6>
- Devi, N. K. (1999). Penerapan Knowledge Management Dalam Peningkatan Kinerja Pada PT . Indominco Bontang Kalimantan Timur. *Festival Riset Manajemen & Akuntansi*, 883–893.
- Djordjevic, B. (2013). Strategic entrepreneurship. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. <https://doi.org/10.5901/mjss.2013.v4n16p127>
- Dubina, I. N., Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. J. (2012). Creativity Economy and a Crisis of the Economy? Coevolution of Knowledge, Innovation, and Creativity, and of the Knowledge Economy and Knowledge Society. *Journal of the Knowledge Economy*. <https://doi.org/10.1007/s13132-011-0042-y>
- Ferdinand, A. (2011). Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan disertai Ilmu Manajemen. In *Semarang: Universitas Diponegoro*.
- Flint, D. J., Larsson, E., Gammelgaard, B., & Mentzer, J. T. (2005). Logistics Innovation: A Customer Value-Oriented Social Process. *Journal of Business Logistics*. <https://doi.org/10.1002/j.2158-1592.2005.tb00196.x>
- Ghozali. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. *Jurnal Ilmiah Universitas Pandanaran*. <https://doi.org/10.1177/107049659800700202>
- Grawe, S. J., Chen, H., & Daugherty, P. J. (2009). The Relationship Between Strategic Orientation, Service Innovation, And Performance. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*. <https://doi.org/10.1108/09600030910962249>
- Hendro. (2011). Dasar-Dasar Kewirusahaan. In *Erlangga*.
- Hernández, A. J. C., & Jimenez, D. J. (2014). Knowledge Management Practices For Corporate Social Responsibility: A Family Business Perspective. *Proceedings of the European Conference on Knowledge Management, ECKM*.
- Hilda, N. (2014). Strategi Inovasi Layanan dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Kantor Pertnahan Kota Surabaya II. *Kebijakan Dana Manajemen Publik*.
- Howkins, J. (2001). The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. In *Allen Lane*.
- Jashapara, A., & Tai, W. C. (2011). Knowledge Mobilization Through E-Learning Systems: Understanding The Mediating Roles Of Self-Efficacy And Anxiety On Perceptions Of Ease Of Use. *Information Systems Management*. <https://doi.org/10.1080/10580530.2011.536115>
- Kandampully, J. (2002). Innovation As The Core Competency Of A Service Organisation: The Role Of Technology, Knowledge And Networks. *European Journal of Innovation Management*. <https://doi.org/10.1108/14601060210415144>

- Kosasih, N., & Budiani, S. (2008). Pengaruh Knowledge Management Terhadap Kinerja Karyawan: Studi Kasus Departemen Front Office Surabaya Plaza Hotel. *Jurnal Manajemen Perhotelan*. <https://doi.org/10.9744/jmp.3.2.80-88>
- Latupapua, C. V. (2019). Efek Mediasi Perilaku Kewargaan Organisasi Dalam Hubungan Antara Kepercayaan Organisasional Dan Perilaku Berbagi Pengetahuan Dosen (Suatu Tinjauan Dalam Menghadapi Era Industri 4.0). *Prosiding Seminar Nasional & Call Paper Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Pattimura*, 1–12.
- Manurung, E. M., & Barlian, I. (2012). From Small to Significant: Innovation Process in Small-Medium Creative Businesses. *International Journal of Innovation, Management and Technology*. <https://doi.org/10.7763/IJIMT.2012.V3.339>
- Mertayasa, I. P. N., Agustini, K., & Dewa Gede Hendra Divayana. (2017). Hubungan Knowledge Management Terhadap Kreativitas Mahasiswa Jurusan Pendidikan Teknik Informatika Undiksha Singaraja. *Kumpulan Artikel Mahasiswa Pendidikan Teknik Informatika (KARMAPATI)*. <https://doi.org/10.23887/karmapati.v6i1.9461>
- Mills, A. M., & Smith, T. A. (2011). Knowledge Management And Organizational Performance: A Decomposed View. *Journal of Knowledge Management*. <https://doi.org/10.1108/13673271111108756>
- Mulyanto, A. (2008). Implementasi Knowledge Management Untuk Meningkatkan Kinerja Perguruan Tinggi. *Seminar Nasional Aplikasi Sains Dan Teknologi*.
- Naiim, A. B., & Khusnul, K. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyerapan Tenaga Kerja Pada Sektor Ekonomi Kreatif Di Indonesia Tahun 2006-2016 (Studi Kasus Subsektor Kuliner Dan Subsektor Desain). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 2/No2.
- Nasser H. Zaied, A., Soliman Hussein, G., & M. Hassan, M. (2012). The Role of Knowledge Management in Enhancing Organizational Performance. *International Journal of Information Engineering and Electronic Business*. <https://doi.org/10.5815/ijieeb.2012.05.04>
- Nonaka, I. (2000). A Firm As A Knowledge-Creating Entity: A New Perspective On The Theory Of The Firm. *Industrial and Corporate Change*. <https://doi.org/10.1093/icc/9.1.1>
- Petrikova, K., Vanova, A., & Borsekova, K. (2015). The role of creative economy in Slovak Republic. *AI and Society*. <https://doi.org/10.1007/s00146-013-0508-5>
- Riyanti, D. (2003). Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian. In *PT GRASSINDO*.
- Rofiaty, R., Noviyanti, T., & Mulyanto, A. D. (2016). Pengaruh Knowledge Management Terhadap Kinerja Organisasi: Dimediasi Oleh Inovasi, Dan Implementasi Strategi (Studi pada RS Lavalette Malang). *IQTISHODUNA*. <https://doi.org/10.18860/iq.v1i1.3697>
- Saksono, H. (2012). Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemicu Daya Saing Daerah. *Jurnal Bina Praja*. <https://doi.org/10.21787/jbp.04.2012.93-104>
- Saraswati, A., & Widiartanto, W. (2016). Pengaruh Implementasi Knowledge Management Terhadap Kinerja Organisasi Melalui Inovasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada UMKM Industri Kreatif Digital di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Siregar, E. Y. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Industri Kreatif Di Sumatera Utara Tahun 2006. In *Tesis Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.
- Suciu, M. C., Florea, C. A., & Teodorescu, I. (2014). Integration Of Knowledge Management Into Business Process. *Proceedings of the European Conference on Knowledge Management, ECKM*.
- Surya Dewi Kusuma, F., & Devie. (2013). Analisa Pengaruh Knowledge Management Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. *Business Accounting Review*.
- Sveiby, K. E. (2001). A Knowledge-Based Theory Of The Firm To Guide In Strategy Formulation. *Journal of Intellectual Capital*. <https://doi.org/10.1108/14691930110409651>

- Tan, W.-L., Williams, J., & Tan, T.-M. (2005). Defining the 'Social' in 'Social Entrepreneurship': Altruism and Entrepreneurship. *The International Entrepreneurship and Management Journal*. <https://doi.org/10.1007/s11365-005-2600-x>
- Tupamahu, F. A. S. (2015). Integrasi Budaya Terhadap Kapabilitas Dan Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan (Sustainable Competitive Advantage) UsahaKecil Dan Usaha Mikro Etnis Maluku Di Kota Ambon. *UNISSULA*.
- Tupamahu, Fenri Abraham Stevi. (2016). Interpersonal Competence, Entrepreneurial Characteristics as Market Orientation Basis and Micro and Small Enterprises in Start-up Business Phase. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. <https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.4.01>
- Veselá, D., & Klimová, K. (2014). Knowledge-Based Economy vs. Creative Economy. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.05.072>
- Warouw, B. T., & Kawet, L. (2014). Knowledge Management Terhadap Kinerja Operasional Pada Pt. Btn (Persero) Tbk. Cabang Manado. *Jurnal EMBA*.
- Webb, S. A. (2001). Some Considerations On The Validity Of Evidence-Based Practice In Social Work. *British Journal of Social Work*. <https://doi.org/10.1093/bjsw/31.1.57>
- Departemen Pengembangan UMKM Bank Indonesia. (2016). Pemetaan dan Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA 2015). *Jurnal RISALAH*. <https://doi.org/10.1002/cbm>
- Djordjevic, B. (2013). Strategic entrepreneurship. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. <https://doi.org/10.5901/mjss.2013.v4n16p127>
- Duane Ireland, R., & Webb, J. W. (2007). Strategic Entrepreneurship: Creating Competitive Advantage Through Streams Of Innovation. *Business Horizons*. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2006.06.002>
- Eshima, Y., & Anderson, B. S. (2017). Firm Growth, Adaptive Capability, And Entrepreneurial Orientation. *Strategic Management Journal*. <https://doi.org/10.1002/smj.2532>
- Ferdinand, A. (2011). Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan disertai Ilmu Manajemen. In *Semarang: Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariete. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Grawe, S. J., Chen, H., & Daugherty, P. J. (2009). The Relationship Between Strategic Orientation, Service Innovation, And Performance. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*. <https://doi.org/10.1108/09600030910962249>
- Griffin, R. W. (1987). Management. In *IEEE Transactions on Information Theory*.
- Gujarati, D. (2015). Multivariate Regression Models. In *Econometrics*. https://doi.org/10.1007/978-1-137-37502-5_21
- Hendro. (2011). Dasar-Dasar Kewirusahaan. In *Erlangga*.
- Herdiyanti Rise P, Margono Setiawan, U. N. (2010). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja dan Kepuasan Kerja Karyawan. *Wacana*.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S. M., & Sexton, D. L. (2001). Strategic Entrepreneurship: Entrepreneurial Strategies For Wealth Creation. *Strategic Management Journal*. <https://doi.org/10.1002/smj.196>
- Hwee Nga, J. K., & Shamuganathan, G. (2010). The Influence Of Personality Traits And Demographic Factors On Social Entrepreneurship Start Up Intentions. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0358-8>
- Indarti, N., & Langenberg, M. (2004). Factors Affecting Business Success Among SMEs: Empirical Evidences From Indonesia. *Second Bi-Annual European Summer*
- Indriyatni, L. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil. *Jurnal STIE Semarang*.
- Kotey, B., & Meredith, G. G. (1997). Relationships Among Owner/Manager Personal Values, Business Strategies, And Enterprise Performance. *Journal of Small Business Management*.

- Kuratko, D. F., & Audretsch, D. B. (2009). Strategic Entrepreneurship: Exploring Different Perspectives Of An Emerging Concept. In *Entrepreneurship: Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2008.00278.x>
- Kurniawan, A., Khafid, M., & Pujiati, A. (2016). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi, dan Kepribadian Terhadap Minat Wirausaha Melalui SELF EFFICACY. *Journal of Economic Education*.
- Leutner, F., Ahmetoglu, G., Akhtar, R., & Chamorro-Premuzic, T. (2014). The Relationship Between The Entrepreneurial Personality And The Big Five Personality Traits. *Personality and Individual Differences*. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.042>
- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship And The Characteristics Of The Entrepreneurial Personality. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. <https://doi.org/10.1108/13552550010362741>
- Manurung, E. M., & Barlian, I. (2012). From Small to Significant: Innovation Process in Small-Medium Creative Businesses. *International Journal of Innovation, Management and Technology*. <https://doi.org/10.7763/IJIMT.2012.V3.339>
- Meutia, M. (2013). Entrepreneurial Social Competence and Entrepreneurial Orientation to Build SME's Business Network and Business Performance. *International Journal of Social Science and Humanity*. <https://doi.org/10.7763/ijssh.2013.v3.266>
- Miller, D. (1983). The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science*. <https://doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770>
- Pamungkas, R. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pemegang Usaha Waralaba. *Universitas Diponegoro*.
- Papulova, E., & Papulova, Z. (2015). Competitive Strategy And Competitive Advantages Of Small And Medium Manufacturing Enterprises In SLOVAKIA. *Geografiska Annaler, Series B: Human Geography*. <https://doi.org/10.1002/sej>
- Pompe, P. P. M., & Bilderbeek, J. (2005). The Prediction Of Bankruptcy Of Small- And Medium-Sized Industrial Firms. *Journal of Business Venturing*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.07.003>
- Primiana, I. (2009). Menggerakkan Sektor Riil UKM dan Industri. *Ekonomi Studi Pembangunan*.
- Purwanti, D., & Nurhayati, M. (2017). Pengaruh Iklim Organisasi Dan Tipe Kepribadian Terhadap Stres Kerja Dan Perilaku Kewargaan (Studi Pada Karyawan Klinik Laboratorium Prodia Cabang Menteng, Jakarta). *Jurnal Manajemen*. <https://doi.org/10.24912/jm.v20i2.49>
- Purwanti, E. (2012). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*.
- Rauch, A., Frese, M., & Utsch, A. (2005). Effects Of Human Capital And Long-Term Human Resources Development And Utilization On Employment Growth Of Small-Scale Businesses: A Causal Analysis. In *Entrepreneurship: Theory and Practice*. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00103.x>
- Riyanti, D. (2003). Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian. In *PT GRASSINDO*.
- Rose, R. C., Kumar, N., & Yen, L. L. (2006). The Dynamics of Entrepreneurs ' Success Factors in Influencing Vnture Growth. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*.
- Salgado, J. F. (2002). The Big Five Personality Dimensions and Counterproductive Behaviors. *International Journal of Selection and Assessment*. <https://doi.org/10.1111/1468-2389.00198>
- Simpson, M., Padmore, J., & Newman, N. (2012). Towards A New Model Of Success And Performance In SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. <https://doi.org/10.1108/13552551211227675>
- Suci, Y. R., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi*.

- Suryana. (2019). Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses. *Journal of Chemical Information and Modeling*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Suyatno, P. C. (2010). Pengaruh Motivasi Dan Kompetensi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT Galamedia Bandung Perkasa. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 177–184. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v9i2.1807>
- Tan, W.-L., Williams, J., & Tan, T.-M. (2005). Defining the 'Social' in 'Social Entrepreneurship': Altruism and Entrepreneurship. *The International Entrepreneurship and Management Journal*. <https://doi.org/10.1007/s11365-005-2600-x>
- Tipu, S. A. A., & Arain, F. M. (2011). Managing Success Factors In Entrepreneurial Ventures: A Behavioral Approach. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*. <https://doi.org/10.1108/13552551111158844>
- Tupamahu, F. . A. S. (2015). Integrasi Budaya Terhadap Kapabilitas Dan Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan (Sustainable Competitive Advantage) UsahaKecil Dan Usaha Mikro Etnis Maluku Di Kota Ambon. *UNISSULA*.
- Varis, M., & Littunen, H. (2010). Types of innovation, sources of information and performance in entrepreneurial SMEs. *European Journal of Innovation Management*. <https://doi.org/10.1108/14601061011040221>
- Vidyatmoko. Dyan, & Rosadi, A. H. Y. (2015). Faktor Utama Kesuksesan Wirausaha di Industri Pangan. *Jurnal Manajemen Teknologi*. <https://doi.org/10.12695/jmt.2015.14.1.4>
- Wardhani, R. S., & Agustina, Y. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka Di Kota Pangkalpinang. *JURNAL AKUNTANSI UNIVERSITAS JEMBER*. <https://doi.org/10.19184/jauj.v10i2.1252>
- Widiyanti, R. (2009). Tantangan Wirausaha Dalam Bisnis Yang Sedang Tumbuh Sebuah Kajian Teoritis Dan Empiris. *Jurnal Ekbis*.
- Zahra, S. A., & Nambisan, S. (2012). Entrepreneurship And Strategic Thinking In Business Ecosystems. *Business Horizons*. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.12.004>