

# DAMPAK JEJARING KOLABORASI DAN KAPABILITAS INOVASI TERHADAP KINERJA

Mitsha Ranatiwi

Mulyana

Universitas Islam Sutlan Agung Semarang

ranatiwimitsha94@gmail.com

## ABSTRACT

*Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) is a sector that has an important role in economic development in Indonesia, because in economic growth and employment absorption also play a role in the distribution of development results. The purpose of this study was to examine the effect of collaborative networks and innovation capabilities on the performance of SMEs Batik in Semarang and Kendal. The population in this study are owners of SMEs Batik in Semarang and Kendal. The sample in this study was taken by using the census method with the number of samples of 57 respondents. The data obtained is processed using the help of SPSS software version 16.0 with data analysis using multiple linear regression and t test. The results showed that collaborative networks have a significant effect both on innovation capability and performance. Furthermore, the results of the study also showed that the innovation capability has a significant effect on the performance.*

**Keywords:** *collaborative networks, innovation capability, performance*

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan sektor yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, karena dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Usaha mikro sering disebut dengan usaha rumah tangga. Dengan adanya UMKM inilah pemerintah sangat terbantu dalam hal penciptaan lapangan kerja baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga. Selain itu dibandingkan dengan usaha yang memiliki kapasitas lebih besar, UMKM juga memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi. Dalam pengembangannya, UMKM sangat perlu mendapatkan perhatian yang lebih besar dari pemerintah maupun masyarakat agar UMKM dapat berkembang dengan efektif dan dapat bersaing dengan pelaku ekonomi lainnya. Sekarang ini batik merupakan salah

satu produk unggulan yang dimiliki oleh setiap kabupaten dan kota di Jawa Tengah yang banyak dikelola oleh UMKM.

Pada kalangan UMKM Batik, rendahnya kemampuan wirausaha dan tingkat penguasaan teknologi menjadi *issue* yang sangat mengemuka saat ini. Secara parsial pengembangan UMKM Batik tidak memberikan banyak hasil yang maksimal terhadap peningkatan kinerja. Oleh karena itu, kebijakan bagi UMKM bukan disebabkan oleh ukurannya yang kecil namun karena tingkat produktivitasnya yang masih rendah.

Batik merupakan warisan budaya bangsa Indonesia berupa wujud dari sebuah seni yang diwujudkan dalam motif kain. Dengan berkembangnya zaman, batik memiliki beragam inovasi yang dapat menjadikan suatu trend. Batik sekarang tidak hanya diminati oleh orang tua saja namun juga kalangan muda. Sejak abad XVII Batik sendiri sudah mulai dikenal oleh masyarakat,

dan pada tahun 2009 Batik telah mendapat pengakuan sebagai *world heritage* dari badan PBB yaitu UNESCO. Dengan adanya pengakuan untuk batik tulis ini akan menjadi nilai tambah bagi pengembangan batik di Indonesia.

Para pemilik usaha dituntut untuk selalu melakukan inovasi agar pemilik usaha dapat menciptakan kinerja yang berkelanjutan. Menghadapai persaingan di pasar global, para UMKM harus dapat bersaing dengan basis teknologi, inovasi, kreativitas dan imajinasi tidak hanya mengandalkan harga dan kualitas saja (Esti dan Suryani, 2008). Kinerja yang berkelanjutan dapat dicapai apabila pemilik usaha dapat melakukan inovasi secara terus-menerus sesuai dengan dinamika lingkungan (Suzana, 2014).

Pengembangan inovasi yang efektif, dengan segala keterbatasannya, para pemilik UMKM dituntut untuk mampu membangun jejaring kolaborasi yang baik dengan sumber daya yang memadai baik dibidang sumber daya manusia, keuangan maupun teknologi. Kreatifitas dan inovasi sangat dibutuhkan oleh UMKM agar mereka mampu bersaing ditengah perkembangan lingkungan yang sangat cepat terutama dibidang teknologi. Mulyana (2016) menjelaskan bahwa peningkatan kinerja bagi pemilik usaha dapat dilakukan dengan membangun jejaring kolaborasi yang baik dan mengembangkan kapabilitas inovasi (kemasan, produk, pasar dan proses) yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa variabel inovasi dapat didorong oleh variabel kolaborasi antara akademika, pemerintah, perusahaan dan masyarakat sipil yang kreatif sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Afonso, 2010). Penilaian kompetensi mitra jaringan eksternal yang meliputi universitas, perusahaan, dan pemerintah, strategi inovasi dapat ditentukan dengan merancang jejaring kolaborasi (Varrichio, 2012; Carayannis, 2009). Najib (2014) menjelaskan bahwa sumber pengembangan

inovasi industri kreatif adalah melalui jejaring kolaborasi. Pengembangan inovasi juga dapat membangun sinergi melalui jejaring kolaborasi (Ziemer, 2009). Studi lain menunjukkan bahwa kinerja keuangan dan kinerja kerjasama dengan pelanggan dapat ditingkatkan melalui *collaborative communication* (Chen, 2013), dan secara signifikan orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis dimoderasi oleh *networks capability* (Zhang, 2012). Namun dalam studi lain menunjukkan hasil yang berbeda, bahwa tidak ada pengaruh antara kinerja organisasi terhadap *collaborative network size* (Ofem, 2014), demikian juga dalam penelitian Zeng (2010) menunjukkan bahwa kinerja inovasi tidak dapat ditingkatkan melalui kerjasama intern perusahaan kecil dengan pemerintah.

UMKM juga membutuhkan penelitian untuk menemukan sejauh mana pengaruh antara variabel jaringan kolaborasi dan kapabilitas inovasi terhadap kinerja. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi UMKM untuk mengembangkan usahanya.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Jejaring Kolaborasi**

Jejaring Kolaborasi merupakan alat yang penting bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah untuk dapat mengembangkan inovasi karena sumber daya mereka yang terbatas (Najib, 2014). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat melakukan proses pembelajaran, mentransfer pengetahuan dan teknologi, dan juga meningkatkan kapasitas organisasi melalui jaringan kolaborasi untuk dapat mengembangkan inovasi.

Membangun sebuah usaha, seorang wirausaha tidak dapat hidup sendiri dalam menjalankan usahanya, namun harus membangun jejaring kolaborasi dengan pihak luar baik sebagai pemasok, pelanggan, maupun pedagang perantara. Menurut Zeng (2010) jaringan vertikal yang terdiri dari klien, pemasok, dan perusahaan

lain (pesaing) dan jaringan horisontal yang terdiri dari lembaga penelitian, perguruan tinggi, dan pemerintah termasuk dalam jejaring kolaborasi. Oleh karena itu, diperlukan suatu jaringan usaha agar usaha yang dijalankan dapat meningkatkan kinerja yang berkelanjutan. Jaringan usaha dan komunikasi terbukti berperan penting dalam pengembangan usaha.

### **Kapabilitas Inovasi**

Kapasitas perusahaan dalam menggunakan sumber daya yang diintegrasikan untuk mencapai tujuan yang diinginkan dapat diartikan sebagai kapabilitas (Saparudin, 2010). Kapabilitas juga dapat memungkinkan perusahaan untuk menciptakan serta mengeksplorasi peluang-peluang eksternal dan dapat mengembangkan keunggulan yang berdaya tahan. Selain itu, kapabilitas inti juga dapat didefinisikan sebagai faktor penentu keberhasilan jangka panjang, atau sebagai rantai nilai, termasuk primer dan mendukung kegiatan yang menciptakan nilai pelanggan.

Kemampuan dalam mengembangkan ide-ide baru serta menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang merupakan definisi dari kreativitas. Kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam mengembangkan ide-ide baru agar dapat menjadi sebuah inovasi merupakan konsep dari kapabilitas inovasi (Lawson dan Ben, 2001). Kemampuan dalam mencetak dan mengelola kemampuan yang beragam, dapat diusulkan sebagai kemampuan inovasi sebagai kemampuan dengan integrasi tingkat tinggi.

Pendapat lain mengenai kapabilitas inovasi dikemukakan oleh Terziovski (2010), yang berpendapat bahwa kapabilitas inovasi tersebut menyediakan potensi bagi munculnya suatu inovasi yang efektif. Namun, konsep ini bukan merupakan konsep yang sederhana atau konsep yang memiliki faktor tunggal, karena konsep ini juga melibatkan banyak aspek manajemen seperti kepemimpinan dan aspek teknis

serta alokasi sumber daya strategis, pengetahuan pasar, dan lain-lain.

H1 : Semakin baik jejaring kolaborasi, maka semakin tinggi pula kapabilitas inovasi

### **Kinerja**

Ekonomi usaha/ekonomi industri pada dasarnya membahas perilaku perusahaan dalam hubungannya dengan pesaing, pelanggan, penetapan harga, periklanan, Research and Development (R&D) dan membahas tentang perilaku perusahaan dalam menghadapi lingkungan yang sangat kompetitif (Kuncoro, 2007). Industri/usaha merupakan sekelompok perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang sama atau bersifat substitusi (Kuncoro, 2007).

Konsekuensi keuangan dan ekonomi harus diperhitungkan dari keputusan manajemen yang dapat berpengaruh terhadap investasi, operasional dan pembiayaan dalam melakukan penilaian kinerja suatu bisnis (Kuncoro, 2006). Kinerja individu maupun organisasi, serta keunggulan kompetitif, mampu ditingkatkan melalui organisasi yang inovatif (Liao, 2010). Dengan mengembangkan keahlian dalam memahami pasar, membangun jaringan distribusi yang kuat serta mengelola ekspor secara efektif dapat dilakukan oleh perusahaan kecil untuk kinerja ekspor (Eliot, L. 2009). Pencapaian kinerja bisnis dapat didorong melalui tantangan strategi yang kompetitif. (Halim, 2011). Seberapa besar perusahaan dapat menguasai pasar dan berorientasi pada tujuan maupun keuangannya dapat diarahkan untuk mengukur kinerja perusahaan.

H2 : *Semakin baik jejaring kolaborasi, maka semakin tinggi pula kinerja perusahaan*

H3 : *Semakin tinggi kapabilitas inovasi, maka semakin tinggi pula kinerja perusahaan*

Untuk mengetahui keterkaitan pengaruh antar variabel.

### METODE PENELITIAN

Penjelasan hubungan antar variabel penelitian akan digunakan pendekatan kuantitatif. Tujuan yang ingin dicapai adalah untuk menguji dampak jejaring kolaborasi dan kapabilitas inovasi terhadap kinerja UMKM Batik di Semarang dan Kendal. Populasi yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah semua pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Batik di Semarang dan Kendal yang berjumlah 57 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik sensus yaitu teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2010). Kemudian setiap variabel dan indikatornya akan diuji validitas maupun realibilitasnya. Skala pengukuran menggunakan skala Likert dengan skor 1 sampai 5, (1 = Sangat tidak setuju, dan 5 = Sangat Setuju). Pada penelitian ini data yang diperoleh akan diolah dengan menggunakan program regresi linier berganda.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis data kuantitatif. Adapun tujuan dari metode analisis data ini adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh.

#### Uji validitas data

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut (Ghozali, 2005).

Untuk sampel sebanyak 57 orang dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, r tabel 0,2609 (df = n-2). Dengan demikian, dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator tersebut adalah valid.

Tabel 1  
Hasil Uji Validitas

| Indikator                | r hitung | r tabel |
|--------------------------|----------|---------|
| Suppliers                | 0,768    | 0,2609  |
| Competitors              | 0,805    | 0,2609  |
| Buyers                   | 0,814    | 0,2609  |
| Government               | 0,726    | 0,2609  |
| Inovasi Kemasan          | 0,786    | 0,2609  |
| Inovasi Pasar            | 0,835    | 0,2609  |
| Inovasi Produk           | 0,801    | 0,2609  |
| Inovasi Proses           | 0,761    | 0,2609  |
| ROA                      | 0,852    | 0,2609  |
| Pertumbuhan laba         | 0,642    | 0,2609  |
| Pertumbuhan penjualan    | 0,795    | 0,2609  |
| Pertumbuhan market share | 0,748    | 0,2609  |
| Rendahnya komplain       | 0,613    | 0,2609  |

Sumber: Hasil Olahan SPSS, 2017

#### Uji reliabilitas data

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuisioner yang merupakan indikator variabel. Kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika masing-masing pertanyaan dijawab responden secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu kuisioner dikatakan handal jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2006).

Tabel 2  
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel            | Nilai Cronbach's Alpha |
|---------------------|------------------------|
| Jejaring Kolaborasi | 0,781                  |
| Kapabilitas Inovasi | 0,805                  |
| Kinerja             | 0,785                  |

Sumber: Hasil Olahan SPSS, 2017

Dari data diatas dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's alpha* lebih dari nilai standart alpha yaitu 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa

Tabel 3  
Rangkuman Hasil Persamaan Regresi

| Variabel Terikat    | Variabel Bebas      | t hitung | Beta  | Sig   | Ket.        |
|---------------------|---------------------|----------|-------|-------|-------------|
| Kapabilitas Inovasi | Jejaring Kolaborasi | 9,235    | 0,780 | 0,000 | H1 diterima |
| Kinerja             | Jejaring Kolaborasi | 2.863    | 0,430 | 0,006 | H2 diterima |
|                     | Kapabilitas Inovasi | 2.231    | 0,335 | 0,030 | H3 diterima |

Sumber: Hasil Olahan SPSS, 2017

masing-masing variabel tersebut dapat dikatakan reliabel dan dapat dipercaya keandalannya.

#### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan melalui beberapa tahapan berikut:

##### Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak, karena model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau yang mendekati normal. Pada penelitian ini pengujian normalitas menggunakan uji statistik non parametik *Kolmogorov-Smirnov*. Kriteria data tersebut dapat dikatakan normal apabila nilai signifikansi (sig) > 0,05. Hasil dari pengolahan data menunjukkan *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,184 > 0,05. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa data residual terdistribusi normal.

##### Uji multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2009:105). Salah satu untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolonieritas ini adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*. Hasil dari pengolahan data

menunjukkan bahwa variabel independen memiliki nilai *Tolerance* > 0,10, begitu juga dengan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas pada variabel independen dengan variabel dependen.

##### Uji hesteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolute sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Apabila asumsi tidak terjadinya heteroskedastisitas ini tidak terpenuhi, maka penaksir menjadi tidak lagi efisien baik dalam sampel kecil maupun besar dan estimasi koefisien dapat dikatakan menjadi kurang akurat (Rietveld dan Sunaryanto, dalam Sudarmanto, 2005). Hasil uji glejser menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel jejaring kolaborasi sebesar 0,452 dan kapabilitas inovasi sebesar 0,703. Hasil peneelitian ini tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi hesteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

##### Uji autokorelasi

Untuk menguji autokorelasi dalam suatu model regresi dadurbibpat dilakukan melalui pengujian terhadap nilai Durbin Watson. Berdasarkan tabel Durbin Watson dengan menggunakan 2 variabel dan n = 57 responden, diperoleh nilai Du sebesar

1,484. Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai  $Du$  sebesar  $1,484 < \text{nilai } DW$  sebesar  $1,773 < \text{nilai } 4-Du$  sebesar  $2,516$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi positif maupun negatif.

### **Analisis data**

Analisis regresi linier berganda akan digunakan untuk menguji pengaruh dari berbagai variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Hasil dari analisis dapat dilihat pada tabel 3

Dari hasil pengujian persamaan regresi diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

Analisis regresi I, besarnya koefisien jejaring kolaborasi adalah  $0,780$ . Artinya semakin baik jejaring kolaborasi, maka semakin tinggi pula kapabilitas inovasi pada UMKM Batik.

Analisis regresi II, besarnya koefisien jejaring kolaborasi adalah  $0,430$ . Artinya semakin baik jejaring kolaborasi, maka semakin tinggi pula kinerja pada UMKM Batik. Selanjutnya, besarnya koefisien kapabilitas inovasi adalah  $0,335$ . Artinya, semakin tinggi kapabilitas inovasi, maka semakin tinggi pula kinerja pada UMKM Batik.

### **Pengaruh Jejaring Kolaborasi terhadap Kapabilitas Inovasi**

Jejaring kolaborasi terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas inovasi, dapat diartikan bahwa semakin baik jejaring kolaborasi, maka semakin tinggi pula kapabilitas inovasi pada UMKM Batik. Hasil penelitian ini juga memperkuat penelitian yang telah dilakukan oleh (Najib, 2014) bahwa pengembangan inovasi dipengaruhi oleh jejaring kolaborasi. Mendukung hasil penelitian yang menyatakan bahwa strategi inovasi juga dapat ditentukan dengan merancang jejaring kolaborasi dengan menilai kompetensi mitra jaringan eksternal yang meliputi universitas, perusahaan, dan pemerintah (Varrichio, 2012). Sejalan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa kapabilitas inovasi

dapat ditingkatkan melalui *alliance network* yang baik (Zheng, 2013).

Dari hasil penelitian tersebut, jejaring kolaborasi sangat dibutuhkan oleh UMKM Batik untuk meningkatkan kapabilitas inovasi. Dengan menjalin kerjasama dengan *suppliers*, *competitors*, *buyers*, dan *government* mereka akan lebih mudah untuk mengembangkan inovasi.

Kegiatan produksi, para UMKM Batik membutuhkan kerjasama dengan *supplier* dengan harapan *suppliers* dapat konsisten dalam persediaan bahan baku agar inovasi pada proses produksi dapat berjalan dengan lancar. Selain itu, jika para UMKM ingin melakukan inovasi pada kualitas produk mereka, maka *suppliers* juga berperan dalam menyediakan bahan baku dengan kualitas yang lebih baik pula.

Kerjasama yang dijalin oleh para pemilik UMKM Batik dengan *competitors*, dilakukan melalui komunitas Batik. Dengan adanya komunitas tersebut mereka dapat saling bertukar ide-ide, informasi, serta ilmu mengenai desain motif batik, sampai proses produksi seperti pewarnaan, sehingga dapat mendukung mereka dalam melakukan pengembangan inovasi.

Kemudian, kerjasama antara para pemilik UMKM Batik dengan *buyers*, dapat memudahkan para pemilik UMKM Batik untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu, dengan adanya kerjasama tersebut, para UMKM dapat melakukan inovasi pasar dengan memperluas target pasar mereka. Pada umumnya batik hanya diperuntukkan bagi orang tua saja, kemudian mereka memperluas target pasar mereka dengan membuat batik untuk anak-anak hingga remaja.

Pemerintah juga sangat berperan penting dalam pengembangan inovasi pada UMKM Batik. Banyak kegiatan yang dilakukan pemerintah seperti diadakannya pelatihan-pelatihan untuk para UMKM Batik, sehingga dapat mendukung dalam melakukan inovasi produk. Karena dengan adanya pelatihan

tersebut dapat membuat para UMKM Batik lebih kreatif dalam menciptakan motif-motif serta proses pembuatan batik.

### **Pengaruh Jejaring Kolaborasi terhadap Kinerja**

Jejaring kolaborasi terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja, dapat diartikan bahwa semakin baik jejaring kolaborasi, maka semakin tinggi pula kinerja pada UMKM Batik. Hasil penelitian ini juga memperkuat penelitian yang telah dilakukan oleh (Alfonso, 2010) yang menyatakan bahwa inovasi dapat didorong dengan melakukan kolaborasi akademika, pemerintah, perusahaan dan masyarakat sipil mampu sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Studi lain juga menunjukkan bahwa kinerja keuangan dan kinerja kerjasama dengan pelanggan dapat ditingkatkan melalui *collaborative communication* (Chen, 2013). Peningkatan kinerja perusahaan dapat dilakukan dengan memperkuat struktur jaringan pada perusahaan (Andrevski, 2009).

Dari hasil penelitian tersebut, jejaring kolaborasi sangat dibutuhkan oleh UMKM Batik untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Dengan membina hubungan yang baik dengan *suppliers, competitors, buyers*, dan *government*, ternyata sangat membantu UMKM dalam meningkatkan pertumbuhan dan kinerja perusahaan.

Menjalin kerjasama dengan *suppliers* dapat dilakukan untuk memenuhi kebutuhan bahan baku yang digunakan untuk kegiatan produksi batik. Begitu juga kerjasama yang dilakukan dengan para pesaing, mereka saling membantu dalam kegiatan jual beli yang memudahkan mereka untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Sehingga dapat mendukung dalam meningkatkan pertumbuhan penjualan yang berdampak pada pertumbuhan laba.

Peran pemerintah dalam peningkatan kinerja perusahaan bagi UMKM Batik sangatlah penting. Para UMKM Batik dapat meningkatkan kinerja perusahaan

melalui program pemerintah yang sering mengadakan pameran batik. Dari pameran tersebut mereka akan lebih mudah untuk mendapatkan konsumen dan juga memudahkan mereka untuk melakukan promosi penjualan. Sehingga berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan berupa pertumbuhan penjualan yang berdampak pada pertumbuhan laba.

Melalui kerjasama dengan *buyers* dilakukan untuk mendapatkan nilai pelanggan sehingga dapat terciptanya kepuasan untuk mendapatkan kepercayaan dari pelanggan. Sehingga mereka dapat dengan mudah untuk menarik konsumen. Hal tersebut akan berdampak pada pertumbuhan penjualan serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang dapat memicu konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

### **Pengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap Kinerja**

Kapabilitas inovasi terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja, dapat diartikan bahwa semakin tinggi kapabilitas inovasi, maka semakin tinggi pula kinerja pada UMKM Batik. Dengan kemampuannya melakukan inovasi, para pemilik UMKM Batik mampu menciptakan sesuatu hal yang baru dan beragam. Pengembangan Inovasi (kemasan, pasar, produk, dan proses) dilakukan untuk dapat menarik konsumen sehingga mampu membantu untuk mendorong peningkatan kinerja perusahaan. Tercermin dari ROA, laba, penjualan, serta market share yang meningkat setiap tahunnya dan juga terciptanya kepuasan konsumen dengan adanya inovasi tersebut. Hal ini diperkuat dengan pernyataan dari Tatik (2009) bahwa kinerja organisasi akan meningkat apabila pembelajaran antisipatif dan kreativitas inovasi sebuah organisasi semakin tinggi.

Sejalan dengan hasil dari penelitian dari Darna dan Fatimah (2014) yang menyatakan bahwa kemampuan inovasi dari usaha kecil dan mikro memiliki

signifikan dan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha kecil dan mikro. Berarti bahwa dengan meningkatkan kemampuan inovasi akan memberikan dampak positif pada peningkatan kinerja.

Para UMKM Batik selalu melakukan inovasi-inovasi pada produk serta proses pewarnaan. Awalnya mereka hanya membuat batik dengan proses pewarnaan yang biasa. Namun mereka selalu mencoba untuk membuat sistem pewarnaan yang berbeda seperti memberikan kombinasi-kombinasi warna yang bervariasi sehingga terlihat lebih menarik. Motif-motif dari batik pun juga lebih bervariasi. Mereka juga memiliki inovasi dengan sistem pewarnaan yang disebut jumputan yang dapat menjadi motif batik. Dengan adanya berbagai inovasi tersebut, dapat mendukung dalam peningkatan kinerja perusahaan. Konsumen akan lebih tertarik untuk membeli batik sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan.

Inovasi pasar juga dilakukan oleh para pemilik UMKM Batik untuk meningkatkan pertumbuhan *market share*. Hal tersebut dilakukan dengan cara memperluas target market mereka. Dari yang awalnya batik hanya untuk orang tua, kemudian mereka melakukan inovasi dengan membuat batik untuk anak-anak dan remaja. Sehingga meningkatkan pertumbuhan penjualan dan berdampak pada pertumbuhan laba.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Peningkatan kinerja UMKM Batik lebih efektif dilakukan secara langsung dengan membangun jejaring kolaborasi yang baik dengan mitra seperti *suppliers, competitors, buyers*, serta *government*.

Dengan membangun komunitas Batik dapat mendorong dalam peningkatan kapabilitas inovasi dengan adanya *sharing*

ide-ide, informasi, serta pengetahuan antar pemilik UMKM Batik.

Kerjasama yang dibangun melalui komunitas Batik dapat menciptakan persaingan yang sehat antar pemilik UMKM Batik.

Kerjasama dengan pembeli dilakukan untuk mendapatkan nilai pelanggan sehingga dapat terciptanya kepuasan untuk mendapatkan kepercayaan dari pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

Dalam upaya meningkatkan pertumbuhan *market share*, para pemilik UMKM dapat melakukan inovasi pasar melalui target marketnya yang tadinya hanya di jual di pasar lokal, agar diperluas hingga luar kota.

Dalam upaya meningkatkan pertumbuhan penjualan, para pemilik UMKM Batik agar melakukan inovasi produk dengan menambah pilihan variasi-variasi model batik.

Jejaring Kolaborasi berpengaruh dalam meningkatkan kinerja, sehingga para pemilik UMKM Batik diharapkan dapat membangun kerjasama dengan lembaga penelitian dengan harapan temuan penelitian dapat dimanfaatkan oleh UMKM Batik.

Keseluruhan populasi dengan jumlah yang terlalu sedikit dan masih sebagai pemula, sehingga kemampuan tentang manajemen batik masih belum optimal.

Responden yang rata-rata berpendidikan SMA/SMK dan masih pemula membuat kemampuan mereka dalam pemahaman kuesioner tentang batik masih kurang, sehingga jawaban responden bersifat heterogen.

Saran yang diajukan untuk peneliti selanjutnya adalah dengan memperluas atau menambah sampel penelitian.

Variabel yang digunakan dalam penelitian mendatang agar dapat ditambahkan dengan variabel lain seperti intensitas membangun jejaring serta strategi bersaing (*competitive advantage*).

## DAFTAR PUSTAKA

- Afonso, O., S. Monteiro., M. Thomson. (2012). A Growth Model for the Quadruple Helix Innovation Theory, *Journal of Business Economics and Management*, 13, Issue 4 : 1-31
- Carayannis, EG and Campbell D.F.J. (2009). *Knowledge Creation, Diffusion and Use in Innovation Network and Knowledge cluster : A Comparative System Approach Across the United State, Europe and Asia*, Praeger.
- Chen, C.C., P.C. Li., T.J. Arnold. (2013). Effects Of Collaborative Communication On The Development Of Market-Relating Capabilities And Relational Performance Metrics In Industrial Markets. *Industrial Marketing Management*, 42 : 1181–1191.
- Darna & Fatimah. (2014). *Model Peningkatan Kinerja Melalui Peningkatan Kapabilitas Inovasi pada Usaha Kecil dan Mikro (UKM) yang Dikelola oleh Kaum Perempuan*, Politeknik Negeri Jakarta.
- Eliot, L., Nakos, G. Hadjimarcou, J. (2009). Key Factors for Successful Export Performance for Small Firms, *Journal of International Marketing*, 17 (3) : iv
- Esti, R dan Suryani, D. (2008). *Potret Industri Kreatif Indonesia*, Economic Review No. 212 : Jakarta.
- Ghozali., I. (2006). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square*, Semarang, Penerbit UNDIP, ISBN : 979.704.250.9.
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Halim. A. (2011) The Measurement of Entrepreneurial Personality and Business Performance in Terengganu Creative Industry, *International Journal of Business and Management*, 6: 183-188.  
(<http://cangkirparagraf.blogspot.com/2011/11/potensi-batik-sebagai-penyangga-ekonomi>).
- Kuncoro. (2006). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta : Erlangga.
- Lawson, Benn. (2001). Developing Innovation Capability in Organisation: A Dynamic Capabilities Approach. *International Journal of Innovation Management*, 5 : 377-400.
- Liao, S., and Wu, C. (2010). System perspective of knowledge management , organizational learning , and organizational innovation. *Expert Systems with Applications*, 37 (3) : 1096-1103.
- Mulyana & Sutapa. (2016). Dampak Collaborative Networks pada Peningkatan Kinerja Industri Kreatif, 7 (2) : 166-181.
- Najib, M., F.R. dewi., H. Widyastuti. (2014). Collaborative Networks as a Source of Innovation and Sustainable Competitiveness for Small and Medium Food Processing Enterprises in Indonesia, *International Journal of Business and Management*, 9 (9) : 147-160.
- Ofem, B. (2014). *Intrepreneurial Orientation, Collaborative Networks and Nonprofit Performance, Theses and Dissertations--Business Administration*, UMI. University of Kentucky.
- Saparudin. (2010). Perancangan Strategi, FT-UI. ([lontar.ui.ac.id/file?file=digital/133546-T%2027891](http://lontar.ui.ac.id/file?file=digital/133546-T%2027891)). diakses pada 28 Februari, 2017.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Suzana. N. R., dan H. Millar. (2014). Exploring the Relationships among Sustainable Manufacturing Practices, Business Performance and Competitive Advantage: Perspectives from a Developing Economy, *Journal of Management and Sustainability*; 4 (3) :37-53.
- Tatik, N. (2009). Orientasi entrepreneur dan Modal Sosial : Strategi Peningkatan Kinerja Organisasi, (*Desertasi*), *UNDIP, Semarang*.

- Terziovski, M. (2010). Innovation practice and its performance implications in small and medium enterprises (SMEs) in the manufacturing sector: a resource-based view. *Strategic Management Journal*, Vol. 31 No. 8, pp. 892-900, ISSN 0143-2095.
- Varrichio, P., D. Diagonese., A. Jorge., L. Garnica. (2012). Collaborative Networks and Sustainability Business : A Cas Study in Brazilian System Of Innovation. 10th Triple Helix Conference , *Procedia-Social and Behavioral Science*, 52 : 90-99. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.445>.
- Zeng, S. X., X.M. Xie, C.M. Tam. (2010). Relationship Between Cooperation Networks and Innovation Performaance of SMEs, *Technovation*, 30 (3) : 181-194.
- Zhang, Y., Zhang. X. (2012). The effect of entrepreneurial orientation on business performance , A role of network capabilities in China, *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 4 (2) : 132-142.
- Ziemer, N., S. Long. (2009). Collaborative Networks as Innovation Accelerators, *Proceedings of the Industrial Engineering Research Conference* : 391-396.
- Zheng. X., Y.Zhao, (2013), The impact of alliance network structure on firm innovation capability, *Journal of Science and Technology*, 4(1) : 4-19. DOI 10.1108/17585521311319116 <http://blog-ilmuonline.blogspot.co.id/2012/05/jaringan-usaha.html>. diakses pada 28 Februari, 2017.