

Pengaruh Kerjasama dan Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan
(Studi Kasus : UKM Batik di Yogyakarta)

JURNAL



Ditulis oleh :

Nama : Muhammad Akbar Langlang Buwana
NIM : 14311379
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA

2018

Pengaruh Kerjasama dan Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan

(Studi Kasus : UKM Batik di Yogyakarta)

JURNAL

**ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar
Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam
Indonesia**



Disusun oleh :

Nama : Muhammad Akbar Langlang Buwana
NIM : 14311379
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA

2018

Pengaruh Kerjasama dan Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan
(Studi Kasus : UKM Batik di Yogyakarta)

Nama : Muhammad Akbar Langlang Buwana
NIM : 14311379
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional



Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Dra. Siti Nursyamsiah ,MM

PENGARUH KERJASAMA DAN INOVASI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN

“STUDI KASUS : UKM BATIK DI YOGYAKARTA”

Muhammad Akbar Langlang Buwana

Progam Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Email : akbarbuwana@yahoo.com

Abstrak – Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan UKM Batik yang berada di Yogyakarta. Tujuan dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh kerjasama dan inovasi terhadap kinerja perusahaan. Populasi pada penelitian ini seluruh UKM Batik yang ada di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *convenience simple random sampling*. Metode analisis data, menggunakan analisis PLS. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kerjasama antar perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk, kerjasama dengan pemerintah dan kerjasama dengan lembaga penelitian berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap inovasi produk, Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan, kerjasama antar perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi produk, kerjasama dengan pemerintah dan kerjasama dengan lembaga penelitian berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi produk.

Kata Kunci : kerjasama, inovasi, kinerja perusahaan

Abstract - This research is based on the development of SMEs Batik located in Yogyakarta. The purpose of research to determine the effect of cooperation and innovation on company performance. The population in this study all the SMEs Batik in Yogyakarta. The sampling technique uses convenience simple random sampling method. Method of data analysis, using

PLS analysis. The results of this study prove that the cooperation between companies have a positive and significant impact on product innovation, cooperation with the government and cooperation with research institutions have a positive and insignificant effect on product innovation, product innovation has a positive and significant impact on company performance, inter-firm cooperation has a positive effect on performance company through product innovation, cooperation with government and cooperation with research institute have positive and insignificant effect to company performance through product innovation.

Keywords: cooperation, innovation, corporate performance

I. PENDAHULUAN

Inovasi produk diawali oleh suatu produk yang merupakan penemuan dari suatu gagasan atau ide untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Robbins (2008) inovasi produk atau jasa yaitu hasil dari gagasan baru terkait produk yang, dengan melakukan pengembangan dari penciptaan produk baru melalui penelitian dan percobaan. Sehingga melahirkan keputusan yang tepat dalam membentuk produk dan jasa yang siap diimplementasikan. Inovasi produk atau jasa merupakan perbaikan pada suatu produk yang telah diciptakan dengan melakukan penyempurnaan dan pengembangan produk secara berkelanjutan. Inovasi dilakukan untuk mendapatkan keuntungan, hal ini diperlukan untuk menjaga industri tetap berkembang. Penciptaan suatu produk baru akan lebih menambah banyak keuntungan bagi suatu industri. Dengan diiringi perkembangan zaman dan kemajuan teknologi maka inovasi diciptakan semakin baik dan semakin canggih.

Inovasi produk yang dilakukan pada suatu perusahaan memberikan peranan yang cukup penting bagi keberlangsungan aktivitas penjualan melalui pelanggan yang tetap loyal. Inovasi produk di terapkan karena konsumen menginginkan sesuatu yang berbeda dengan beberapa inovasi yang di berikan oleh perusahaan lainnya. Song dan Parry (1997) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing suatu produk merupakan salah satu faktor penentu dari kesuksesan produk baru, yang dimaksudkan dari kesuksesan sebuah produk baru adalah hingga suatu produk inovasi harus mempunyai keunggulan dibandingkan dengan produk lainnya yang sejenis

Inovasi adalah memulai atau memperkenalkan sesuatu yang baru. Kebanyakan peneliti sepakat atas definisi inovasi yang mencakup hasil suatu produk dan sebuah proses yang baru. Inovasi yang baik itu inovasi proses maupun inovasi produk karena hal itu akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan

meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada kinerja suatu perusahaan

Batik sangat lekat dengan masyarakat kota Yogyakarta yang santun, ramah tamah, ini menambah kekhasan dari kota ini. Batik merupakan sebuah seni yang bermotifkan gambar-gambar yang dituangkan dalam bentuk lukisan di atas kain. Dari motif-motif yang tergambarkan pada kain itu mengandung banyak arti. Batik sudah banyak dikerjakan oleh masyarakat Yogyakarta. Dari mulai batik tulis sampai batik cap banyak mulai diproduksi oleh perusahaan-perusahaan lokal kota Yogyakarta. Berdasarkan argumen yang di jelaskan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kerjasama dan Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan pada UKM Batik di Yogyakarta”**.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kerjasama antar perusahaan berpengaruh positif terhadap inovasi.
2. Untuk mengetahui apakah kerjasama dengan pemerintah berpengaruh positif terhadap inovasi.
3. Untuk mengetahui apakah kerjasama dengan lembaga penelitian berpengaruh positif terhadap inovasi produk.
4. Untuk mengetahui apakah inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.
5. Untuk mengetahui apakah kerjasama antar perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi sebagai variabel intervening.
6. Untuk mengetahui apakah kerjasama dengan pemerintah berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi sebagai variabel intervening

7. Untuk mengetahui apakah kerjasama dengan lembaga penelitian berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi sebagai variabel intervening

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara Penulis

Sebagai bentuk dari hasil konkrit dan nyata dari proses pembelajaran selama proses perkuliahan di UII dalam bidang manajemen operasional, khususnya pembelajaran terkait penelitian yang saya teliti yaitu pengaruh inovasi produk, kerjasama perusahaan, dan kinerja perusahaan.

- b. Secara Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari dan menerapkan pembelajaran terkait Inovasi Produk, Kerjasama Perusahaan, Kerjasama Pemerintah dan Lembaga Penelitian, dan Kinerja Perusahaan.

- c. Secara Praktis

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan atau UKM yang akan dan telah melakukan inovasi produk dengan memperhatikan faktor inovasi produk, kerjasama perusahaan, kerjasama pemerintah dan lembaga penelitian yang berdampak pada meningkatnya kinerja perusahaan.

II. URAIAN PENELITIAN

Inovasi

Menurut Fontana (2011) inovasi sebagai keberhasilan ekonomi berkat adanya pengenalan cara baru atau kombinasi baru dari cara lama dalam mentransformasi input menjadi output (teknologi) yang menghasilkan perubahan besar atau drastis dalam perbandingan antara nilai guna yang dipersepsikan oleh konsumen atas manfaat suatu produk (barang dan/atau jasa) dan harga yang ditetapkan oleh produsen. Kemudian inovasi dalam konteks lebih luas bahwa inovasi yang berhasil mengandung arti tidak saja keberhasilan ekonomi melainkan juga keberhasilan sosial.

Indikator dalam variable inovasi produk yang meliputi :

1. Memodifikasi produk sesuai keinginan kosumen secara berkala
2. Memodifikasi proses produksi produk secara berkala
3. Memodifikasi marketing produk untuk meningkatkan pangsa pasar

Kerjasama antar perusahaan

Menurut Thomson dan Perry (2007), Kerjasama memiliki derajat yang berbeda, mulai dari koordinasi dan kooperasi (*cooperation*) sampai pada derajat yang lebih tinggi yaitu *collaboration*.

Ada 3 komponen dalam kerjasama antar perusahaan yaitu kerjasama antar konsumen, kerjasama antar pemasok dan kerjasama antar pesaing.

- Kerjasama antar konsumen, indikatornya adalah:
 1. Sesuai dengan keinginan konsumen
 2. Memuaskan pelanggan

3. Mengetahui kebutuhan pelanggan
 4. Membuat pelanggan komit
 5. Menerima masukan pelanggan terkait produk yang akan dipasarkan
- Kerjasama antar pemasok, indikatornya adalah :
 1. Memilih pemasok yang berkualitas
 2. Mendiskusikan produk yang akan dipasarkan dengan pemasok
 3. Memiliki program perbaikan dengan pemasok terkait bahan baku yang dibutuhkan
 4. Memiliki perencanaan terhadap tujuan perusahaan dengan supplier
 5. Keterlibatan supplier dengan penciptaan produk baru
 - Kerjasama antar pesaing, indikatornya adalah :
 1. Saling berbagi informasi antar pesaing
 2. Mendiskusikan masalah yang terjadi di pasar dengan pesaing
 3. Mendiskusikan harga penjualan dengan pesaing

Kerjasama Dengan Pemerintah

Kerjasama dengan pemerintah dapat meningkatkan inovasi, dikarenakan pemerintah biasanya diwujudkan oleh dukungan dan pembentukan lembaga-lembaga publik atau instansi dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan inovasi (Belderbos et al., 2004; Biggs dan Kadia, 2006). Kerjasama dengan pemerintah ini mencakup pemerintah pusat, pemerintah lokal atau lembaga-lembaga pemerintahan atau badan usaha milik negara. Adapun indikator koopeporasi dengan pemerintah sebagai berikut:

1. Melakukan kerjasama dengan lembaga pemerintahan seperti kantor pelayanan pajak, dll.

2. Melakukan kerjasama dengan badan usaha milik negara.
3. Melakukan kerjasama terkait pengenalan produk baru dengan pemerintah daerah.
4. Melakukan kerjasama dengan pemerintah pusat guna memperkenalkan dan mempromosikan produk.

Kerjasama Dengan Lembaga Penelitian

Kerjasama dengan lembaga penelitian adalah cara yang paling efektif untuk mencapai inovasi yang berguna untuk meningkatkan pangsa pasar. Seringkali, kerjasama dengan lembaga penelitian publik dan universitas merupakan sumber penting dari pengetahuan baru bagi UKM di negara berkembang (Belderbos et al., 2004; Liefner et al., 2006). bagi UKM, manfaat utama adalah mendapatkan peningkatan kemampuan belajar mereka dan inovasi. Adapun indikator kerjasama dengan lembaga penelitian sebagai berikut:

1. Melakukan kerjasama dengan pihak lembaga penelitian.
2. Menciptakan produk baru sesuai dengan keinginan pihak lembaga.
3. Mendapatkan pengetahuan baru terkait inovasi produk.

Kinerja Perusahaan

Helfert (1996) menjelaskan bahwa kinerja perusahaan adalah hasil dari banyak keputusan individual yang dibuat secara terus menerus oleh manajemen. Suatu perusahaan dapat dikatakan mampu menjaga eksistensinya ketika suatu perusahaan mampu menjaga kinerja perusahaan agar tetap baik dan stabil. Parameter yang umumnya digunakan perusahaan untuk menilai kinerja

adalah dengan menggunakan informasi keuangan yang diambil dari laporan keuangan atau laporan keuangan lainnya. Kinerja perusahaan memiliki indikator sebagai berikut:

1. Meningkatkan volume penjualan
2. Perluasan pangsa pasar dibandingkan sebelumnya
3. Meningkatkan keuntungan penjualan

III. Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi menunjukkan sebuah perkumpulan secara keseluruhan orang, acara atau ketertarikan terhadap sesuatu yang spesifik sehingga peneliti dapat melakukan sebuah penelitian yang ingin diteliti. Populasi merupakan sekumpulan orang, kejadian atau ketertarikan terhadap sesuatu agar peneliti dapat menarik kesimpulan (Sekaran, 2013). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.

Penentuan jumlah sampel

Dalam menentukan jumlah sampel menurut Djarwanto et al. (2000) parameter yang diukur adalah nilai proporsi. Sampel yang diperlukan dengan tingkat keyakinan menaksir yaitu 95 % dalam tabel distribusi normal yaitu 1.96 dan kesalahan menaksir yang dilakukan peneliti tidak lebih dari 10 % atau 0.1. Sehingga jumlah sampel minimum sebesar 96 UKM Batik di Yogyakarta.

Metode Analisis Data

Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

Structural Equation Modeling (SEM) merupakan suatu teknik statistik yang mampu menganalisis pola hubungan antara konstruk laten dan indikatornya, konstruk laten yang satu dengan yang lainnya, serta kesalahan pengukuran secara langsung. Pada penelitian ini untuk menganalisis atau menguji pengaruh langsung kerjasama antar perusahaan, kerjasama dengan pemerintah dan kerjasama dengan lembaga penelitian terhadap inovasi dan untuk menganalisis

atau menguji pengaruh inovasi terhadap kinerja perusahaan, pengaruh tidak langsung kerjasama antar perusahaan, kerjasama dengan pemerintah dan kerjasama dengan lembaga penelitian terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi sebagai variabel intervening menggunakan alat analisis *smart-pls*.

Metode *Partial Least Square* (PLS)

Menurut Yamin & Kurniawan (2009), PLS adalah salah satu metode alternatif SEM yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan pada hubungan di antara variabel yang sangat kompleks tetapi ukuran sampel data kecil (30-100 sampel) dan memiliki asumsi nonparametrik, artinya bahwa data penelitian tidak mengacu pada salah satu distribusi tertentu. PLS dapat juga dikatakan sebagai pendekatan untuk pemodelan struktural yang menunjukkan hubungan antara konstruk yang dihipotesiskan.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Nilai r_{hitung} dari semua item pada validitas $> r_{tabel}$, maka butir-butir instrumen penelitian tersebut dinyatakan valid. Sehingga semua butir instrumen pertanyaan yang berhubungan dengan variabel kerjasama, inovasi, kinerja perusahaan dinyatakan valid sehingga pertanyaan-pertanyaan yang tertuang dalam angket penelitian dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai Cronbach's *Alpha* dan *composite reliability* instrumen dari masing-masing variabel yang diuji. Apabila nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih besar dari 0,60, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan *reliabel*. Jika nilai *Cronbachs Coefficient Alpha* lebih kecil 0,60, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan tidak *reliable*.

Koefisien Determinasi Berganda

Nilai koefisien determinasi (R^2) kerjasama baik dengan perusahaan, pemerintah dan lembaga penelitian mampu menjelaskan variabilitas kontrak inovasi produk sebesar 37,3%, sisanya 62,7% diterangkan oleh kontrak lainnya diluar yang diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan inovasi produk mampu menjelaskan variabilitas kontrak kinerja perusahaan sebesar

55,9%, sisanya 44,1% diterangkan oleh konstruk lainnya yang diluar yang diteliti dalam penelitian ini..

Uji Parsial (Uji t)

Hipotesis pertama menguji apakah kerjasama antar perusahaan secara positif berpengaruh terhadap inovasi produk. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta kerjasama antar perusahaan terhadap inovasi produk sebesar 0,590 dan p-value sebesar 0.000. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **signifikan**. karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis pertama **diterima**. Hal tersebut membuktikan bahwa kerjasama antar perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk.

Hipotesis kedua menguji apakah kerjasama dengan pemerintah secara positif berpengaruh terhadap inovasi produk. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta kerjasama dengan pemerintah terhadap inovasi produk sebesar 0,142 dan p-value sebesar 0.067. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **tidak signifikan**. karena $p\text{-value} > 0,05$ sehingga hipotesis kedua **ditolak**. Hal tersebut membuktikan bahwa kerjasama dengan pemerintah tidak berpengaruh positif terhadap inovasi produk.

Hipotesis ketiga menguji apakah kerjasama dengan lembaga penelitian secara positif berpengaruh terhadap inovasi produk. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta kerjasama dengan lembaga penelitian terhadap inovasi produk sebesar 0,025 dan p-value sebesar 0.812. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **tidak signifikan**. karena $p\text{-value} > 0,05$ sehingga hipotesis ketiga **ditolak**. Hal tersebut membuktikan bahwa kerjasama dengan lembaga penelitian tidak berpengaruh positif terhadap inovasi produk.

Hipotesis keempat menguji apakah inovasi produk secara positif berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta inovasi produk

terhadap kinerja perusahaan sebesar 0,356 dan p-value sebesar 0.000. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **signifikan**. karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis keempat **diterima**. Hal tersebut membuktikan bahwa inovasi produk secara positif berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Hipotesis kelima menguji apakah kerjasama antar perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi produk. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta kerjasama antar perusahaan terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi produk sebesar 0.210 dan p-value sebesar 0,000. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **signifikan**. karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis kelima **diterima**. Hal tersebut membuktikan bahwa kerjasama antar perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi produk.

Hipotesis keenam menguji apakah kerjasama dengan pemerintah berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi produk. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta kerjasama dengan pemerintah terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi produk sebesar 0.051 dan p-value sebesar 0,085. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **tidak signifikan**. Karena $p\text{-value} > 0,05$ sehingga hipotesis keenam **ditolak**. Hal tersebut membuktikan bahwa kerjasama dengan pemerintah tidak berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi produk.

Hipotesis ketujuh menguji apakah kerjasama dengan lembaga penelitian berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi produk. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta kerjasama dengan lembaga penelitian terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi produk sebesar 0.009 dan p-value sebesar 0,811. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **tidak signifikan**. Karena $p\text{-value} > 0,05$ sehingga hipotesis ketujuh **ditolak**. Hal tersebut membuktikan

bahwa kerjasama dengan lembaga penelitian tidak berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi produk.

V. PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kerjasama antar perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk.
2. Kerjasama dengan pemerintah berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap inovasi produk.
3. Kerjasama dengan lembaga penelitian berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap inovasi produk.
4. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.
5. Kerjasama antar perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi produk.
6. Kerjasama dengan pemerintah berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi produk.
7. Kerjasama dengan lembaga penelitian berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi produk.

SARAN

1. Diharapkan pada UKM Batik di Yogyakarta untuk meningkatkan kerjasama dengan pihak pemerintah untuk mengembangkan produk sehingga dapat meningkatkan keuntungan perusahaan.

2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain di luar penelitian ini yang dapat mempengaruhi inovasi produk dan kinerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agboola, Alex dan Tsai, Kaun Chen. 2009. *Bring Character Education into Classroom*. European Journal of Education Research.
- Al-Ansari, Y., Pervan, S., & Xu, J. (2013). *Innovation and business performance of SMEs: the case of Dubai*. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, 6(3/4), 162-180.
- Arikunto, S., & Praktik, P. P. S. P. (2002). *Rineka cipta*. Yogyakarta.
- Armstrong, M. and Baron, A. 1998. *Performance Management – The New Realities*. London: Institute of Personnel and Development.
- Barling, Julian dan L.Cooper Cary. (2000). *Organizational Behavior Volume I – Micro Approaches: Sage Publications*
- Baregheh, A., Rowley, J., Sambrook, S., & Davies, D. (2012). *Food sector SMEs and innovation types*. *British Food Journal*, 114(11), 1640-1653.
- Belderbos, R., Carree, M., Diederen, B., Lokshin, B. and Veugelers, R. (2004), “*Heterogeneity in R and D co-operation strategies*”, *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 22 Nos 8/9, pp. 1237-63.
- Belderbos, Rene, Martin Caree, Boris Lokshin. 2004. *Cooperative R&D and Firm Performance*.
- Biggs, T. and Kadia, S.M. (2006), “*African SMEs, networks, and manufacturing performance*”, *Journal of Banking and Finance*, Vol. 30 No. 11, pp. 3043-66.
- Djarwanto, 1998. *Statistik Sosial Ekonomi, Bagian Pertama, Edisi Kedua, Cetakan Ketiga*. Yogyakarta : BPFE.
- Fontana, Avanti.2011. *Innovate We Can!*. Bekasi : Cipta Inovasi Sejahtera

Hartini, S. (2012). *Peran inovasi: pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis*. Jurnal manajemen dan kewirausahaan, 14(1), 83-90.

Hansen dan Mowen.(2001). *Akuntansi Manajemen Biaya Jilid 2*. Jakarta : Salemba Empat.

Helfert,Erich A. 1996. *Teknik Analisis Keuangan*. Erlangga. Jakarta.

Heizer, J., & Render, B. (2005). *Operation Management (Manajemen Operasi) Edisi Ketujuh*. Penerbit Salemba. Jakarta.

Hurley, R. F. dan G. Hult. 1998. *Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination*. Journal of Marketing, 62: 42-54.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing An Introduction (Eight Edition)*.
Liefner, I., Hennemann, S. and Xin, L. (2006), "Cooperation in the innovation process in developing countries: empirical evidence from Zhongguancun, Beijing", Environment and Planning, A, Vol. 38 No. 1, pp. 111-30.

Li, T. dan Calantone, R. J., 1998, *The Impact of Market Knowledge Competence on New Product Advantage: Conceptualization and Empirical Examination*, Journal of Marketing, Vol 62. Hal 13 -29.

Najib, M., & Kiminami, A. (2011). *Innovation, cooperation and business performance: Some evidence from Indonesian small food processing cluster*. Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies, 1(1), 75-96.

Pearce dan Robinson. 1997. *Manajemen Strategis*. Jakarta : Binarupa Aksara

Porter, M.E. (2008), *On Competition; Update and Expanded Edition*, Harvard Business Press, Boston, MA.

Rosen, S. Shapouri, S. 2008. *Obesity in the midst of unyielding food insecurity in developing countries*. Amberwaves USDA ERS. Dalam Istiqamah, et al. *Hubungan Pola Hidup Sedentarian Dengan Kejadian Obesitas Sentral Pada Pegawai Pemerintahan Di Kantor Bupati Kabupaten Jeneponto*. Hal. 1-3.

Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2013. *Research Methods for Business*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.

Song, X. M., & Parry, M. E. (1997). *A cross-national comparative study of new product development processes: Japan and the United States*. The Journal of Marketing, 1-18.

Stanton, William, (1996), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid Kedua, Edisi Ketujuh, Erlangga : Jakarta

Troot, Paul. 2008. *Inovation management and new product development*. England : Prentice Hall

Ulum, I., Ghozali, I., & Chariri, A. (2008). *Intellectual Capital dan Kinerja Keuangan Perusahaan; Suatu Analisis Dengan Pendekatan Partial Least Squares (PLS)*.

Yamit, Z. (2005). *Manajemen kualitas produk dan jasa*. Yogyakarta: Ekonisia