

---

---

**DAYA SERAP PENGETAHUAN DAN AKSELERASINYA  
PADA KINERJA USAHA**  
(Studi Pada Pengrajin Batik “Gajah Oling”)

**Djoko Poernomo<sup>1</sup> Puji Wahono<sup>2</sup> Zarah Puspitaningtyas<sup>3</sup>**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember**

[djoko-poernomo.fisip@unej.ac.id](mailto:djoko-poernomo.fisip@unej.ac.id), [poernomod19@gmail.com](mailto:poernomod19@gmail.com)

**ABSTRACT**

*Batik "Gajah Oling" is a typical batik motive that has a mystical value for the people of Using in Banyuwangi Regency. Travel culture Using society is always associated with batik "Gajah Oling". This study aims to determine the effect of absorption of knowledge of batik craftsmen "Gajah Oling" on the performance of their business through entrepreneurial orientation, and product innovation. Data analysis using path analysis. The population of this study are 154 batik craftsmen "Gajah Oling". Sampling technique using simple random sampling method. Determination of the number of samples using Slovin formula produced 111 craftsmen. The result of research shows that i) the absorption of knowledge has a significant positive effect on entrepreneurial orientation and product innovation but the absorption of knowledge has no significant effect on business performance; ii) entrepreneurial orientation has significant positive effect on product innovation and business performance; iii) product innovation has positive significant effect on business performance.*

**Keywords:** *knowledge absorption, entrepreneurial orientation, product innovation, business performance*

**ABSTRAK**

Batik “Gajah Oling” adalah motif batik khas yang mempunyai nilai mistik bagi masyarakat Using di Kabupaten Banyuwangi. Perjalanan budaya masyarakat Using selalu terkait dengan batik “Gajah Oling”. Penelitian ini bertujuan mengetahui efek daya serap pengetahuan pengrajin batik “Gajah Oling” terhadap kinerja usaha mereka melalui orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk. Analisis data menggunakan analisis jalur. Populasi penelitian ini 154 pengrajin batik “Gajah Oling”. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling method*. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dihasilkan 111 pengrajin. Hasil penelitian membuktikan bahwa i) daya serap pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap orientasi kewirausahaan dan inovasi produk, namun berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja usaha; ii) orientasi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi produk dan kinerja usaha; iii) inovasi produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja usaha.

**Kata kunci:** Daya Serap Pengetahuan, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Kinerja Usaha.

---

---

## PENDAHULUAN

Batik Gajah Oling merupakan motif batik khas Kabupaten Banyuwangi yang mempunyai nilai mistis bagi masyarakat Using. Perjalanan budaya masyarakat Using selalu terkait dengan batik Gajah Oling. Salah satu contoh kepercayaan masyarakat Using, jika ada seorang ibu menggondong bayi keluar rumah menjelang malam maka bayi tersebut akan digondong dengan jarit/batik bermotif Gajah Oling supaya tidak diganggu makhluk halus, juga ketika bayi rewel atau menangis (Majalah “Inspirasi”, 2013).

Seiring perkembangan jaman, banyak motif batik luar daerah masuk ke Banyuwangi misalnya batik Pekalongan, batik Solo, batik Jogja, batik Cirebon, batik Madura, batik Tuban dan lainnya, yang menyebabkan persaingan sangat ketat. Implikasinya, dapat melenyapkan batik Gajah Oling bila pengrajinnya tidak siap menghadapi persaingan. Oleh sebab itu, pengrajin batik Gajah Oling harus bisa menyerap sebanyak mungkin pengetahuan sebagai bekal menghasilkan batik Gajah Oling yang tetap disukai masyarakat dan secara ekonomi memberi sumbangsih yang tidak sedikit bagi pengrajinnya.

Kemampuan menyerap atau daya serap pengetahuan sangat penting sebab ia diduga memberi efek positif, misalnya menumbuhkan orientasi kewirausahaan, memperbaiki kinerja inovasi produk, dan membangun pertumbuhan usaha. Daya serap pengetahuan adalah variabel yang sangat penting bagi individu maupun perusahaan karena dimilikinya pengetahuan baru sebagai tambahan pengetahuan sebelumnya sebagai bekal revitalisasi seluruh operasi usaha menjadi lebih baik atau baru, efisien, efektif, dan akomodatif, untuk meningkatkan kinerja usaha. Oleh sebab itu, penelitian ini mengisi kesenjangan yang ada dengan menganalisis efek daya serap pengetahuan pengrajin batik Gajah Oling di Kabupaten Banyuwangi terhadap kinerja usaha mereka melalui sejumlah variabel *intervening* yakni orientasi kewirausahaan dan inovasi produk.

Sumber memperbaiki kinerja dan inovasi adalah pengetahuan (Drucker, 1985), oleh sebab itu dibutuhkan daya serap pengetahuan bagi pengrajin batik Gajah Oling untuk terus berkreasi. Pengetahuan juga sumber inspirasi sekaligus sumber pembentuk orientasi kewirausahaan (Drucker, 1985). Logikanya, apabila daya serap pengetahuan berjalan efektif maka akan memberi efek positif pada orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan kinerja usaha mereka. Sebaliknya, jika daya serap pengetahuan rendah maka akan memberi efek buruk sehingga pada akhirnya batik gajah Oling akan terancam eksistensinya. Oleh karenanya keutamaan penelitian ini terletak pada konteks sistem nilai/budaya dan ekonomi. Pada konteks budaya, adalah kemampuan memelihara batik Gajah Oling untuk tetap eksis karena berkaitan dengan kebudayaan masyarakat Using dan pada konteks ekonomi mampu memberi kontribusi pada kinerja usaha yang lebih baik.

---

---

## KAJIAN PUSTAKA

Pengetahuan merupakan salah satu sumber daya dari *intangible resources or assets* (Barney dan Clark., 2007). Ia melekat pada individu, organisasi atau perusahaan. Pakar lain menggunakan istilah lain yang memasukkan pengetahuan didalamnya, misalnya *intellectual capital* (Mar, 2006; Pierre *et al.*, 2011). Pengetahuan merupakan faktor yang sangat penting bagi siapapun sebagai sumber inovasi, tumbuhnya nilai-nilai kewirausahaan (Drucker, 1985), modal bersaing (Teece, 2007), membangun relasi, untuk memperbaiki kinerja. Pengetahuan bisa *tacit knowledge* atau *explicit knowledge* (Nonaka dan Takeuchi, 1995). Ciri pengetahuan: dapat diukur, ditransfer, dan kumulatif (Kerste *et al.*, 2002). Kemampuan menyerap pengetahuan sangat penting untuk memperbaiki kinerja usaha.

Konsep daya serap pengetahuan pertama kali diperkenalkan Cohen dan Levinthal (1989). Tahun 1989, mereka menganggap daya serap pengetahuan memiliki tiga elemen yakni akuisisi, asimilasi, dan eksploitasi. Tahun 1990, mereka memasukkan elemen tipe-tipe organisasi pembelajar di konteks tersebut. Tahun 1994, mereka memasukkan elemen kemampuan memprediksi sifat kemajuan teknologi secara akurat. Akhirnya, tahun 1994, mereka mendefinisikan daya serap pengetahuan sebagai kemampuan mengenali nilai baru dari informasi/pengetahuan eksternal, mengasimilasinya, menerapkannya, dan mampu memprediksi sifat kemajuan teknologi di masa depan secara akurat, untuk tujuan komersial.

Zahra dan George (2002) memperbaiki konsep tersebut dengan memasukkan elemen *transformation capability*. Mereka menyatakan terdapat empat dimensi daya serap pengetahuan: akuisisi, asimilasi, transformasi, dan eksploitasi. Akuisisi pengetahuan dan kapabilitas mengasimilasi dikategorikan sebagai “kapasitas menyerap yang potensial” sedangkan transformasi pengetahuan dan kapabilitas mengeksploitasi sebagai “kapasitas menyerap yang nyata” (dalam Zornoza dan Julian, 2006). Lebih jauh mereka mendefinisikan akuisisi sebagai kemampuan mengenal nilai dan memperoleh pengetahuan eksternal yang kritis bagi perusahaan. Asimilasi merujuk ke kapasitas perusahaan menyerap pengetahuan eksternal atau didefinisikan sebagai rutinitas dan proses yang memungkinkan perusahaan memahami, menganalisis, menginterpretasi dan memasukkan informasi dari sumber-sumber eksternal. Transformasi merujuk ke kemampuan perusahaan untuk membangun dan mendefinisikan ulang rutinitas yang memfasilitasi transfer dan kombinasi keberadaan pengetahuan dengan diperolehnya dan diasimilasinya pengetahuan baru. Sasaran pokok kemampuan ini ialah menemukan solusi adaptasi atau mengkonfigurasi ulang pengetahuan baru ke kebutuhan organisasi yang spesifik dan nyata. Eksploitasi merujuk ke kemampuan perusahaan menerapkan pengetahuan eksternal baru secara komersial untuk mewujudkan sasaran organisasi atau merujuk ke rutinitas yang memungkinkan perusahaan mendefinisikan ulang, memperluas, dan mendayagunakan kompetensi yang ada atau menciptakan sesuatu yang baru dengan menggabungkan pengetahuan yang diperoleh dan diasimilasi kedalam operasi perusahaan.

Kapasitas menyerap pengetahuan merupakan hasil kombinasi pembelajaran internal dan eksternal pada individu atau organisasi. Van Den Bosch *et al.*, (2003) menyatakan fokus daya serap pengetahuan tergantung ke jenis lingkungan pengetahuan.

Tabel 1. Fokus Daya Serap Pengetahuan

Jenis Lingkungan Pengetahuan	Fokus Daya Serap Pengetahuan	Dimensi Daya Serap Pengetahuan		
		Efisiensi	Ruang lingkup	Fleksibilitas
Stabil, misal industri tunggal yang matang	Eksplorasi	Tinggi	Rendah	Rendah
Kacau, misal industri kompleks	Eksplorasi	Rendah	Tinggi	Tinggi

Sumber: Van Den Bosch *et al.*, (2003)

Tabel di atas dapat dimaknai, pada jenis lingkungan pengetahuan yang stabil (ini berarti persaingan tidak ketat), yang ditunjukkan oleh adanya industri tunggal yang telah matang, fokus daya serap pengetahuan yang dapat dilakukan organisasi ialah mengeksploitasi pengetahuan. Sebaliknya, pada jenis lingkungan kacau (ini menunjukkan persaingan sangat ketat), ditunjukkan oleh banyaknya industri, fokus penyerapan pengetahuan yang dapat dilakukan organisasi ialah mengeksplorasi pengetahuan guna mendapatkan celah yang masih bisa menghasilkan manfaat, ekonomi maupun non ekonomi. Di jenis lingkungan pengetahuan yang stabil, efisiensi daya serap pengetahuan menjadi tinggi sedangkan ruang lingkup dan fleksibilitasnya rendah. Sebaliknya, di jenis lingkungan pengetahuan yang kacau, efisiensi daya serap pengetahuan menjadi rendah sedangkan ruang lingkup dan fleksibilitasnya tinggi.

Frank *et al.* (2010) mengutip Guth dan Ginsberg (1990); Zahra dan Covin (1995) menyatakan orientasi kewirausahaan sebagai cara-cara potensial untuk merevitalisasi perusahaan-perusahaan yang ada. Lumpkin dan Dess (1996) menyatakan terdapat lima elemen orientasi kewirausahaan yakni inovatif, proaktif, berani mengambil risiko, agresif bersaing, dan mandiri. Certo *et al.* (2009) beranggapan lima elemen orientasi kewirausahaan bisa ada di pekerja, pendiri usaha, dan perusahaan yang telah eksis namun dengan penekanan yang berbeda-beda. Berikut konsep Certo *et al.* (2009).

Penerapan *autonomy* pada individu ialah memperlihatkan kemampuan membangun pemikiran independen, oleh sebab itu tidak memerlukan instruksi yang bersifat prosedural. Pada konteks *entrepreneur* atau pendiri usaha atau pemula, implementasi kemandirian ditunjukkan oleh kemampuan menciptakan proses-proses dan sistem yang memungkinkan tenaga kerja mampu membangun pemikiran independen. Pada konteks usaha yang telah mapan atau tim manajemen puncak, implementasi kemandirian diekspresikan oleh adanya kebebasan individu dan tim melahirkan ide-ide baru yang cemerlang.

Pada konteks individu, implementasi *competing aggressiveness* ialah mampu membuat usulan-usulan yang spesifik untuk mengatasi gerakan-gerakan pesaing. Pada konteks *entrepreneur* atau pendiri usaha atau pemula, implementasi agresif bersaing ditunjukkan oleh kemampuan mengkristalisasi budaya taktik-taktik yang tidak biasa untuk menghadapi pesaing. Pada konteks usaha yang telah mapan atau tim manajemen puncak, implementasi agresif bersaing ditunjukkan oleh kemampuan mewujudkan pemasaran yang menarik, perbaikan kualitas yang menerus, nilai tambah yang dapat dibandingkan langsung dengan para pesaingnya.

Pada konteks individu, implementasi *innovativeness* ditunjukkan oleh adanya kemampuan menciptakan proses atau ide dan menyediakan hal-hal baru. Pada konteks *entrepreneur* atau pendiri usaha atau pemula, implementasi keinovasian ditunjukkan

---

---

oleh adanya identifikasi bagaimana kombinasi baru produk dan layanan dapat melayani pasar baru. Pada konteks usaha yang telah mapan atau tim manajemen puncak, implementasi keinovasian ditunjukkan oleh adanya kemauan mengkanibal produk, jasa-jasa, proses-proses, usaha-usaha yang ada sekarang dalam batas-batas yang masih bisa ditoleransi.

Pada konteks individu, implementasi *proactiveness* ditunjukkan oleh adanya kemampuan berpikir maju dalam mengantisipasi kebutuhan organisasi di masa datang. Pada konteks *entrepreneur* atau pendiri usaha atau pemula, implementasi keproaktifan ditunjukkan oleh adanya kemampuan sebagai penggerak pertama atau perunut cepat dalam pasar baru atau yang telah ada. Pada konteks usaha yang telah mapan atau tim manajemen puncak, implementasi keproaktifan ditunjukkan oleh adanya kemampuan mempengaruhi kecenderungan-kecenderungan pasar dan menciptakan permintaan.

Pada konteks individu, implementasi *risk taking* ditunjukkan oleh adanya kemampuan merekomendasi proposal yang hasilnya lebih menarik meskipun barangkali mempunyai peluang sukses lebih rendah. Pada konteks *entrepreneur* atau pendiri usaha atau pemula, implementasi mengambil risiko ditunjukkan oleh adanya kemampuan mengambil risiko lain dalam rangka menangkap sebuah peluang. Pada konteks usaha yang telah mapan atau tim manajemen puncak, implementasi mengambil risiko ditunjukkan oleh adanya komitmen terhadap sumber daya yang signifikan untuk proyek yang menjamin adanya penghasilan yang tinggi.

Camison *et al.*, (2010), mendefinisikan inovasi produk sebagai pembuatan produk-produk dan atau jasa-jasa baru atau yang diperbaiki dan mengenalkannya ke pasar. Inovasi produk sangat berkaitan dengan aktivitas utama perusahaan, oleh sebab itu, inovasi produk dipandang sebagai sumber penting yang dapat memperbaiki kinerja organisasi. Dalam perspektif positif, inovasi produk mencerminkan solusi atas ancaman dan peluang pasar, menciptakan apa yang disebut basis bertahan hidup dan sukses perusahaan ke masa depan. Disisi lain, inovasi produk mengandung biaya dan aktivitas yang berisiko.

Inovasi produk lajimmya diciptakan untuk mengatasi persaingan yang terus meningkat (Ellitan dan Lina 2009), menciptakan hambatan masuk bagi pesaing lama dan atau pendaatang baru, memantapkan posisi perusahaan sebagai pemimpin pasar, membuka saluran distribusi baru, dan mengumpulkan pelanggan-pelanggan baru guna memperbaiki posisi pasar yang ada. Inovasi produk terjadi karena keberhasilan eksploitasi ide-ide baru. Oleh sebab itu, inovasi produk mengandung dua kondisi: kebaruan dan kegunaan.

Konsep kinerja dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai prestasi atau hasil akhir yang dicapai. Kinerja bisnis atau usaha adalah prestasi seluruh personil yang terlibat dalam melaksanakan kegiatan usaha. Kinerja usaha yang baik menunjukkan hasil yang dicapai memuaskan sehingga dapat dijadikan pijakan untuk lebih mengembangkan usaha sebaliknya jika kinerja usaha buruk maka sulit bagi usaha tersebut berkembang.

Neely (2007) mendefinisikan kinerja sebagai kegiatan yang dilakukan sekarang yang diarahkan untuk menghasilkan nilai di masa datang yang dapat diukur dengan pasti. Kaplan dan Norton (1992) dalam Marr (2006) menyatakan terdapat empat elemen yang perlu diukur pada kinerja usaha yakni (a) perspektif internal bisnis atau usaha dengan pertanyaan pokoknya apa yang harus unggul di usaha yang ditekuni?, (b) perspektif inovasi dan pembelajaran dengan pertanyaan pokoknya apakah kita

---

---

dapat terus memperbaiki dan menciptakan nilai?, (c) perspektif pelanggan dengan pertanyaan pokoknya bagaimana pelanggan melihat kita?, dan (d) perspektif keuangan dengan pertanyaan pokoknya bagaimana kita melihat para pemegang saham kita?. Keluaran model ini adalah profil prestasi yang menyeluruh terhadap kegiatan perusahaan. Memperhatikan konsep di atas maka dapat disimpulkan kinerja usaha dapat diukur dalam perspektif finansial dan non finansial.

#### Hubungan Antar Variabel

Daya serap pengetahuan membuat bertambahnya pengetahuan baru atas pengetahuan lama. Bertambahnya pengetahuan dimaksudkan memperbaiki operasi organisasi dengan mendefinisikan ulang rutinitas atau proses-proses yang ada ke hal-hal baru (Cohen dan Levinthal, 1989; Zahra dan George, 2002 dalam Zornoba dan Julian, 2006). Ini mengindikasikan semakin banyak pengetahuan yang diserap maka semakin bertambah kapasitas pengetahuan yang dimiliki individu atau organisasi yang sangat mungkin mendorong timbulnya orientasi kewirausahaan semakin baik. Dengan demikian, dapat dinyatakan daya serap pengetahuan berkaitan dengan orientasi kewirausahaan. Berpijak pada deskripsi tersebut, hipotesis pertama (H1) penelitian ialah daya serap pengetahuan berpengaruh terhadap orientasi kewirausahaan pengrajin batik Gajah Oling. Daya serap pengetahuan memiliki efek pada kinerja inovasi organisasi (Cohen and Levinthal, 1989), termasuk inovasi produk (Drucker, 1985). Dengan demikian dapat dikatakan daya serap pengetahuan mempunyai hubungan dengan inovasi produk. Hipotesis kedua (H2) penelitian ialah daya serap pengetahuan berpengaruh terhadap inovasi produk pengrajin batik Gajah Oling. Cohen dan Levinthal, (1989); Zahra dan George, 2002 dalam Zornoba dan Julian, (2006); Van Den Bosch, (2003) berpendapat daya serap pengetahuan adalah komponen kritis dalam transformasi organisasi dengan manfaat yang signifikan kepada kinerja dan pertumbuhan organisasi. Konsep Dev K. (2012), menyatakan kinerja organisasi dan hubungan antar departemen yang ada tergantung kepada pengetahuan dan daya serap pengetahuan. Mencermati konsep tersebut dapat dinyatakan daya serap pengetahuan berkaitan erat dengan kinerja usaha atau pertumbuhan. Hipotesis ketiga (H3) penelitian ialah daya serap pengetahuan berpengaruh terhadap kinerja usaha pengrajin batik Gajah Oling.

Morales *et al.*, (2006); Harper (2003), Griffin *et al.*, (2004), Lumpkin dan Dess (1996), Certo *et al.*, (2005) menyatakan kewirausahaan melibatkan penciptaan sumber daya baru atau kombinasi sumber daya yang ada dalam cara-cara baru dalam rangka membangun dan mengkomersialkan produk-produk baru, masuk kedalam pasar-pasar baru, dan/atau layanan pelanggan baru. Dengan demikian terdapat hubungan orientasi kewirausahaan dengan inovasi produk. Hipotesis keempat (H4) penelitian ialah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap inovasi produk pengrajin batik Gajah Oling. Harper (2003) dan Griffin *et al.*, (2004) menyatakan kewirausahaan dapat mempertinggi kinerja perdagangan (bisnis). Atas dasar itu, dapat dikatakan ada hubungan orientasi kewirausahaan dengan kinerja usaha. Hipotesis kelima (H5) penelitian ialah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha pengrajin batik Gajah Oling.

Caves dan Ghemawat (1992) dalam Low *et al.*, (2007); Ellitan dan Lina (2009) menyatakan inovasi mempunyai hubungan dengan kinerja perusahaan, sebagai contoh, keberhasilan inovasi proses dan inovasi produk mempunyai hubungan positif ke kinerja perusahaan. Studi Wright *et al.*, (2005) menunjukkan strategi inovasi produk berhubungan positif ke kinerja keuangan perusahaan hanya dalam lingkungan yang tidak bersahabat namun tidak berhubungan positif ketika dilakukan pada lingkungan yang bersahabat. Hipotesis keenam (H6) penelitian ialah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja usaha pengrajin batik Gajah Oling.

## METODE PENELITIAN

Populasi penelitian adalah seluruh pengrajin batik Gajah Oling di Kabupaten Banyuwangi berjumlah 154 pengrajin. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling method*. Penentuan jumlahnya menggunakan rumus Slovin (Umar, 2010) sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Dimana:

$n$  = jumlah sampel;  $N$  = jumlah populasi;  $d$  = persentase toleransi ketidak-telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir sebesar 5% ( $d = 0,05$ ).  $n = 154 : (154 \times 0,0025 + 1) = 111,19$  dibulatkan ke bawah menjadi 111.

Jumlah sampel penelitian 111 pengrajin yang sekaligus sebagai responden. Unit analisis penelitian adalah individu-individu pengrajin batik Gajah Oling.

Definisi operasional variabel daya serap pengetahuan adalah kemampuan menyerap pengetahuan baru dari luar oleh individu-individu, menyatukan dengan pengetahuan yang sudah ada, melahirkan pengetahuan baru yang memberi nilai baru, dan menerapkannya untuk tujuan mencari keuntungan. Ini diukur dengan indikator: (a) akuisisi pengetahuan baru, (b) asimilasi pengetahuan baru, (c) transformasi pengetahuan baru, dan (d) eksploitasi penerapan pengetahuan baru. Definisi operasional orientasi kewirausahaan adalah perilaku individu mewujudkan hal-hal baru lebih baik dari sebelumnya. Ini diukur dengan indikator: (a) keproaktifan, (b) keinovasian, (c) berani mengambil risiko, (d) agresif berkompetisi, dan (e) kemandirian. Definisi operasional inovasi produk diukur dari produk baru yang dihasilkan sedangkan kinerja usaha adalah prestasi atau hasil usaha yang dicapai, diukur dengan indikator hasil-hasil keuangan lebih baik dari sebelumnya.

Penelitian ini mengukur sikap responden. Instrumen pengukuran yang cocok menggunakan Skala Likert (Black dan Champion, 2001). Skala Likert penelitian menggunakan lima alternatif jawaban, misalnya "sangat tidak setuju" identik nilai 1, "tidak setuju" identik nilai 2, "netral" identik nilai 3, "setuju" identik nilai 4, dan "sangat setuju" identik nilai 5 (lima).

Skala pengukuran yang digunakan penelitian ini adalah skala Ordinal. Uji reliabilitas dan validitas instrumen penelitian dilakukan pada 30 pengrajin batik di luar responden. Uji tersebut dilakukan untuk mendapatkan kepastian kuesioner dapat dimengerti atau tidak sebelum disebar ke responden penelitian. Hasil uji kuesioner adalah valid dan reliabel. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengolahan data menggunakan Analisis Jalur dengan bantuan *software* SPSS 17 kemudian dianalisis untuk menjawab tujuan penelitian. Langkah-langkah pembuktian hipotesis penelitian adalah sebagai berikut.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Hasil pengujian menunjukkan nilai *skewness* dan *kurtosis* seperti di bawah.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	111	.176	.229	.339	.455
Valid N (listwise)	111				

Berdasarkan tabel di atas nilai rasio *skewness* adalah  $0,176/0,229 = 0,769$ ; sedang nilai rasio *kurtosis* adalah  $0,339/0,455 = 0,745$ . Nilai kedua rasio ini berada pada rentang antara -2 sampai dengan +2, maka dapat dikatakan data telah berdistribusi normal.

### Uji Autokorelasi

Hasil pengujian dengan SPSS 17 dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Output SPSS Hasil Uji Breusch – Godfrey

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.003	.302		-.010	.992
	x1	.004	.106	.006	.040	.968
	x2	-.011	.084	-.019	-.129	.898
	x3	.006	.104	.009	.059	.953
	RES_2	.004	.099	.005	.045	.964

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

Sumber: Hasil Penelitian, 2015, diolah.

Pada tabel terlihat bahwa nilai RES\_2 sebesar 0,964 yang berarti tidak signifikan pada taraf kemaknaan 5%. Hal ini menunjukkan bahwa hasil observasi tidak mengandung unsur autokorelasi.

### Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian SPSS dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. Output SPSS uji Collinearity Diagnostics

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.115	.299		-.385	.701		
	x1	.174	.103	.133	1.684	.095	.449	2.225
	x2	.672	.081	.635	8.283	.000	.476	2.100
	x3	.185	.103	.143	1.805	.074	.443	2.259

a. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Penelitian, 2015, diolah.

Pada tabel di atas, terlihat bahwa tidak terdapat variabel independen yang memiliki nilai diatas 10. Hal ini menunjukkan bahwa pada model tidak terdapat indikasi gejala multikolinearitas yang berarti bahwa masing-masing variabel independen terbebas dari keeratan hubungan atau korelasi yang dapat mempengaruhi variabel dependen.

### Uji Heterokedastisitas

Output hasil pengolahan data SPSS disajikan pada tabel di bawah ini.

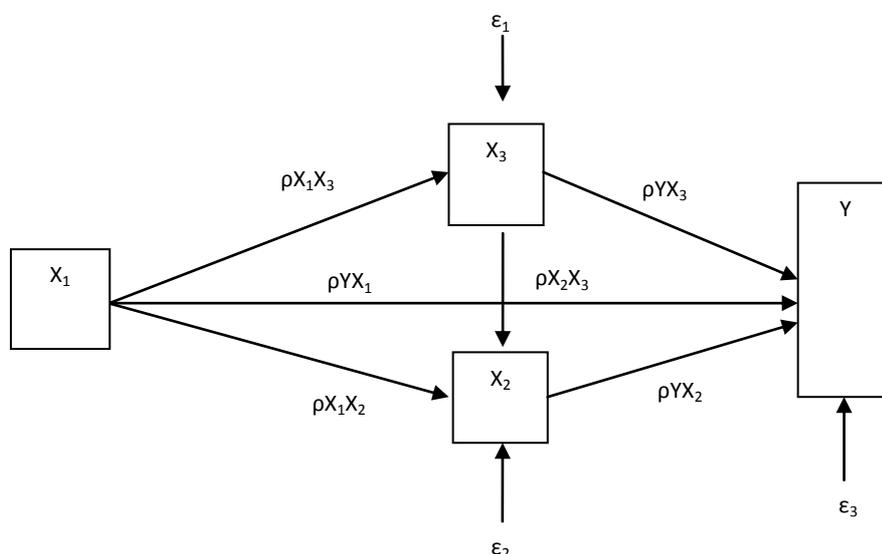
Tabel 5. Output SPSS – Uji Glejser

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.567	.212		2.679	.009
	x1	-.020	.073	-.039	-.273	.786
	x2	-.014	.057	-.034	-.242	.810
	x3	-.023	.073	-.047	-.323	.747

a. Dependent Variable: abresid

Pada tabel di atas terlihat bahwa tidak terdapat nilai variabel independen yang signifikan pada taraf kemaknaan 5%. Hal ini menunjukkan bahwa model yang akan dianalisis pada penelitian ini tidak mengandung gejala heterokedastisitas.

Berdasarkan desain penelitian di atas, maka hubungan struktural dalam penelitian ini adalah seperti di bawah ini.



Gambar 1. Hubungan Struktural Penelitian

Berdasarkan hubungan struktural di atas maka persamaan strukturalnya adalah:

$$X_1 = \rho_{X2X1}X_2 + \rho_{X2}\epsilon_1 \quad (1)$$

$$X_2 = \rho_{X3X1}X_3 + \rho_{X3}\epsilon_2 \quad (2)$$

$$X_3 = \rho_{X2X1}X_2 + \rho_{X2X3}X_2 + \rho_{X2}\epsilon_1 \quad (3)$$

$$Y = \rho_{YX1}X_1 + \rho_{YX2}X_2 + \rho_{YX3}X_3 + \rho_Y\epsilon_3 \quad (4)$$

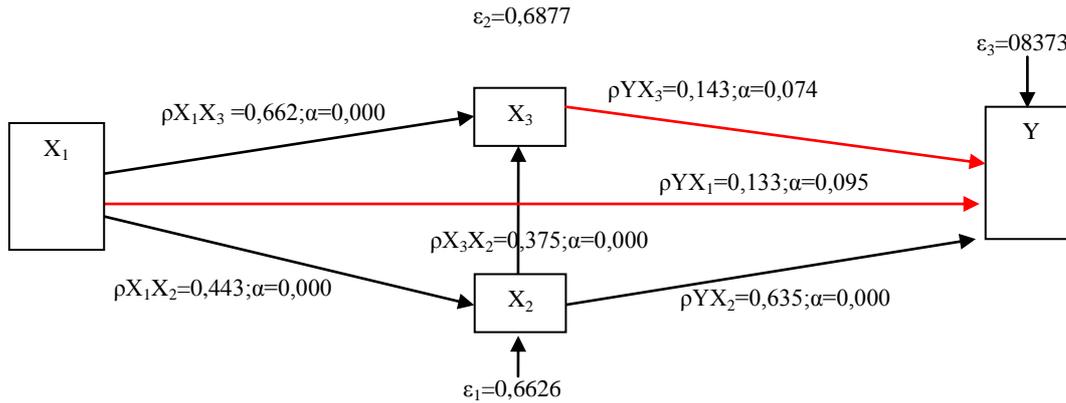
Dimana:

$X_1$  = Daya Serap Pengetahuan;  $X_2$  = Orientasi Kewirausahaan;  $X_3$  = Inovasi Produk;  $Y$  = Kinerja Usaha

#### Hasil Persamaan Struktural

Selanjutnya persamaan struktural di atas dianalisis dengan menggunakan SPSS 17 untuk mengetahui korelasi antar variabel, koefisien jalur dan melakukan pengujian signifikansi koefisien jalur. Hasil analisis jalur menunjukkan terdapat pengaruh signifikan dan tidak signifikan dari jalur antara daya serap pengetahuan, orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan kinerja usaha.

Hubungan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Jalur Empirik Kinerja Usaha Batik

Gambar di atas mendeskripsikan jalur yang signifikan dan tidak signifikan. Gambar tersebut menunjukkan kinerja usaha batik Gajah Oling di Kabupaten Banyuwangi dapat ditempuh melalui peningkatan orientasi kewirausahaan. Sementara inovasi produk masih belum mampu meningkatkan kinerja usaha. Jalur terpenting dan memiliki pengaruh besar berada pada jalur daya serap perusahaan, orientasi kewirausahaan dan kinerja usaha. Ini dikarenakan setiap jalur pada persamaan tersebut memiliki pengaruh signifikan dengan toleransi alpha 5% sehingga terdapat hubungan yang erat antara variabel yang berpengaruh dalam usaha batik Gajah Oling di Kabupaten Banyuwangi.

## PEMBAHASAN

### Deskripsi Responden

Responden perempuan 74 persen dan 26 persen laki-laki. Ini mengindikasikan usaha batik banyak diminati oleh kaum perempuan. Banyak faktor yang menjadikan usaha batik banyak diminati kaum perempuan, salah satunya ialah usaha tersebut butuh kesabaran atau ketelatenan, ketekunan, ketelitian, misalnya dalam membuat pola atau gambar, mengemblok, ataupun memberi warna pada pola atau gambar. Status responden telah kawin atau berkeluarga 58 persen dan yang belum kawin atau berkeluarga 42 persen. Ini mengindikasikan banyak faktor yang patut dianalisis lebih dalam. Salah satu kemungkinannya ialah karena mereka mempunyai tanggungan jiwa (misalnya anak atau lainnya). 86 persen responden mempunyai tanggungan jiwa sedangkan 14 persen tidak memiliki tanggungan jiwa. Dari yang memiliki tanggungan jiwa, 32 persen memiliki tanggungan 2 jiwa, 21 persen memiliki tanggungan 3 jiwa, 14 persen memiliki tanggungan 4 jiwa, dan 9 persen memiliki tanggungan 1 jiwa. Terdapat 10 persen yang mempunyai tanggungan paling sedikit 5 jiwa.

Etnis Using mendominasi usaha batik sebesar 60 persen, disusul etnis Jawa 39 persen dan sisanya 1 persen bukan etnis keduanya. Ini dapat dimaknai ada tanggung jawab moral dan budaya selain persoalan ekonomi dari etnis Using sebagai responden untuk melestarikan batik Gajah Oling. Keterlibatan etnis Jawa dalam konteks ini dapat diinterpretasi akan semakin memperkuat eksistensi batik Gajah Oling.

Sebaran usia responden cukup beragam, namun yang menggembirakan ialah usia di atas 42 tahun sebesar 8 persen sedangkan 92 persen di bawah 42 tahun. Ini dapat diinterpretasi usaha batik sudah ditekuni oleh generasi muda. 51 persen responden mempunyai tingkat pendidikan tamat SMA/ sederajat dan 28 persen mempunyai tingkat pendidikan tamat SMP/ sederajat. 6 persen responden mempunyai pendidikan sarjana, selebihnya tersebar tidak tamat SMP 2 persen dan 9 persen

---

---

tamat SD/ sederajat. Fakta ini memperlihatkan usaha batik dapat ditekuni oleh masyarakat yang berpendidikan rendah sampai tinggi.

Sebesar 91 persen responden sebagai pengrajin batik Gajah Oling dan 9 persen selain sebagai pengrajin batik Gajah Oling juga berperan sebagai pengusaha. Perbedaan utama pengusaha dengan pengrajin terletak pada kalau pengrajin hanya sebatas membuat batik yakni memproses dari bahan mentah sampai menjadi kain batik yang siap dijual sedangkan pengusaha adalah memperbesar nilai tambah yang ada dengan cara misalnya mengepul kain batik dan menjualnya ke sejumlah pasar (dekat atau jauh). Sebesar 88 persen responden mempunyai pengalaman kerja kurang dari 5 tahun dengan rincian 43 persen mempunyai pengalaman kerja kurang dari 2 tahun, 29 persen mempunyai pengalaman kerja paling sedikit 2 tahun namun kurang dari 4 tahun, 6 persen mempunyai pengalaman kerja paling sedikit 4 tahun namun kurang dari 5 tahun. Sedangkan sisanya 22 persen mempunyai pengalaman kerja paling sedikit 5 tahun. Semua responden pernah mengikuti pelatihan terkait dengan usaha batik. 89 persen responden pernah mengikuti pelatihan manajemen produksi. Substansi pelatihan manajemen produksi adalah mulai merencanakan bahan baku dan pembantu, mengorganisir bahan-bahan, melaksanakan proses pembuatan kain batik, dan sampai kepada pengawasan atau pengendalian agar kualitas produk yang dihasilkan sesuai dengan rencana. 8 persen responden pernah mengikuti pelatihan manajemen produksi, manajemen usaha, dan manajemen keuangan dan 2 persen responden pernah mengikuti pelatihan manajemen usaha serta hanya 1 persen pernah mengikuti pelatihan manajemen keuangan. 63 persen responden mempunyai pendapatan bersih paling tinggi Rp 1.000.000,00 setiap bulannya, disusul 25 persen mempunyai pendapatan bersih berkisar antara lebih dari Rp 1.000.000,00 sampai Rp 2.000.000,00 perbulannya. 5 persen responden mempunyai pendapatan lebih dari Rp 5.000.000,00 setiap bulannya dan 4 persen responden mempunyai pendapatan berkisar antara lebih dari Rp 3.000.000,00 sampai dengan Rp 4.000.000,00. 3 persen responden mempunyai pendapatan berkisar antara lebih dari Rp 2.000.000,00 sampai dengan Rp 3.000.000,00 dan hanya 1 persen responden mempunyai pendapatan bergerak lebih dari Rp 4.000.000,00 sampai dengan Rp 5.000.000,00.

#### Analisis

Penelitian ini membuktikan daya serap pengetahuan yang terdiri atas empat elemen yakni akuisisi, asimilasi, transformasi, dan eksploitasi pengetahuan baru berpengaruh langsung positif signifikan terhadap orientasi kewirausahaan. Hal ini dapat dimaknai semakin tinggi daya serap pengetahuan para pengrajin batik Gajah Oling di Kabupaten Banyuwangi semakin besar orientasi kewirausahaan mereka. Oleh sebab itu, hipotesis pertama penelitian ( $H_1$ ) diterima. Temuan penelitian ini memberi implikasi teoritik dan empirik. Secara teoritik, temuan penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan Cohen dan Levinthal (1998), Zahra dan George (2002) bahwa ada hubungan antara daya serap pengetahuan dengan orientasi kewirausahaan. Secara empirik, temuan penelitian ini merupakan temuan baru karena belum ada temuan penelitian terdahulu yang seperti ini. Penelitian ini juga membuktikan daya serap pengetahuan berpengaruh langsung positif signifikan terhadap inovasi produk. Temuan tersebut dapat dimaknai semakin tinggi daya serap pengetahuan para pengrajin batik Gajah Oling di Kabupaten Banyuwangi semakin tinggi inovasi produk mereka. Hipotesis kedua penelitian ( $H_2$ ) diterima. Temuan penelitian ini memberi implikasi teoritik dan empirik. Secara teoritik, temuan penelitian ini memperkuat teori yang dikemukakan Cohen dan Levinthal (1989) bahwa daya serap pengetahuan berhubungan dengan kinerja inovasi produk. Secara empirik, temuan penelitian ini mendukung temuan penelitian sebelumnya dari Vinding (2008), Paid dan Chang (2013) bahwa daya serap pengetahuan berpengaruh

---

---

positif signifikan terhadap kinerja inovasi produk, serta Liu dan Tsai (2013) bahwa kemampuan menyerap pengetahuan berkorelasi positif dengan kinerja inovasi (termasuk didalamnya inovasi produk).

Temuan penelitian juga membuktikan daya serap pengetahuan berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja usaha. Walaupun demikian, tidaklah berarti daya serap pengetahuan pada para pengrajin batik Gajah Oling di Kabupaten Banyuwangi tidak ada sama sekali. Daya serap pengetahuan para pengrajin batik Gajah Oling tetap ada (ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi) namun belum cukup mampu mempengaruhi kinerja usaha mereka lebih baik lagi. Berdasarkan temuan ini, hipotesis penelitian ketiga ( $H_3$ ) ditolak. Temuan penelitian ini memberi implikasi teoritik yakni tidak mendukung teori Dev K (2012), Cohen dan Levinthal (1989), Zahra dan George (2012) yang secara implisit ada keterkaitan antara daya serap pengetahuan dengan kinerja usaha namun mendukung dalam batas-batas tertentu teori Van Den Bosch *et al.*, (2003). Secara empirik, temuan penelitian ini tidak mendukung temuan penelitian terdahulu. Ini temuan baru.

Temuan penelitian ini membuktikan orientasi kewirausahaan berpengaruh langsung positif signifikan terhadap kinerja inovasi produk. Temuan tersebut dapat dimaknai semakin tinggi orientasi kewirausahaan para pengrajin batik Gajah Oling di Kabupaten Banyuwangi semakin tinggi inovasi produk mereka. Berdasarkan temuan ini, hipotesis penelitian keempat ( $H_4$ ) diterima. Temuan penelitian ini memberi implikasi teoritik dan empirik. Implikasi teoritik, temuan penelitian ini memperkuat teori yang dikemukakan Lumpkin dan Dess (1996) bahwa orientasi kewirausahaan berhubungan dengan inovasi produk. Implikasi empirik, temuan penelitian ini mendukung temuan penelitian sebelumnya dari Poernomo (2012) yang menyatakan orientasi kewirausahaan berpengaruh langsung positif signifikan terhadap inovasi produk usaha mikro batik di Pulau Madura.

Temuan penelitian ini membuktikan orientasi kewirausahaan berpengaruh langsung positif signifikan terhadap kinerja usaha. Temuan tersebut dapat dimaknai semakin tinggi orientasi kewirausahaan para pengrajin batik Gajah Oling di Kabupaten Banyuwangi semakin tinggi kinerja usaha mereka. Berdasarkan temuan ini, hipotesis penelitian kelima ( $H_5$ ) diterima. Temuan penelitian ini memberi implikasi teoritik dan empirik. Implikasi teoritiknya ialah temuan penelitian ini memperkuat teori yang disampaikan Lumpkin dan Dess (1996) yang menyatakan orientasi kewirausahaan berhubungan dengan kinerja usaha. Implikasi empiriknya ialah temuan penelitian ini mendukung temuan penelitian sebelumnya dari Yu (2012), dan Zainol *et al.*, (2011) yang pada dasarnya menyatakan orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.

Temuan penelitian memperlihatkan inovasi produk tidak signifikan mempengaruhi kinerja usaha. Meskipun demikian, tidaklah berarti tidak ada inovasi produk yang dilakukan oleh para pengrajin batik Gajah Oling di Kabupaten Banyuwangi. Inovasi produk tetap ada, ini ditunjukkan oleh adanya nilai koefisien korelasi. Akan tetapi, inovasi produk yang selama ini telah dilakukan oleh para pengrajin batik Gajah Oling di Kabupaten Banyuwangi belum cukup mampu meningkatkan kinerja usaha mereka lebih baik lagi. Berdasarkan temuan ini, hipotesis penelitian keenam ( $H_6$ ) ditolak. Temuan penelitian memberi implikasi teoritik dan empirik. Implikasi teoritiknya ialah temuan penelitian ini tidak mendukung teori yang dinyatakan Ellitan *et al.*, (2009) bahwa inovasi produk berhubungan dengan kinerja usaha dan secara empirik menolak temuan penelitian Murat Ar *et al.*, (2012) yang menyatakan inovasi produk berhubungan dengan kinerja usaha. Namun temuan penelitian ini mendukung temuan penelitian Poernomo (2012) pada usaha mikro batik di Pulau Madura yang menyatakan inovasi produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja usaha pada lingkungan

positif signifikan terhadap kinerja inovasi produk, serta Liu dan Tsai (2013) usaha yang persaingannya tidak ketat karena pasar batik bersifat kemitraan atau kekerabatan. Temuan penelitian ini juga mendukung temuan penelitian Cillo *et al.*, (2012), dan Wright *et al.*, (2005). Cillo *et al.*, (2012) melakukan penelitian pada 143 perusahaan yang bergerak di bisnis “fashion” di Italia. Temuan penelitian mereka memperlihatkan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja subyektif perusahaan namun berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja obyektif perusahaan. Kinerja perusahaan dalam penelitian mereka diukur dari sisi subyektif perusahaan, dan kinerja obyektif diukur dari *return on sales* (ROS), dan *return on investment* (ROI). Temuan penelitian ini juga mendukung temuan penelitian Wright *et al.*, (2005). Penelitian mereka dilakukan pada 178 perusahaan di Indianapolis Amerika Serikat. Temuan mereka memperlihatkan inovasi produk tidak berhubungan dengan kinerja keuangan perusahaan dalam konteks lingkungan yang bersahabat. Sebaliknya, terdapat hubungan antara inovasi produk dengan kinerja perusahaan dalam konteks lingkungan yang bermusuhan/tidak bersahabat. Dalam konsep mereka, lingkungan bermusuhan yang dimaksud adalah lingkungan yang diwarnai persaingan ketat sedangkan lingkungan bersahabat adalah lingkungan yang tidak diwarnai persaingan ketat.

Selain sejumlah temuan penelitian yang bersifat pengaruh langsung, penelitian ini juga memperlihatkan temuan pengaruh tidak langsung dari antar variabel. Temuan penelitian menunjukkan daya serap pengetahuan berpengaruh tidak langsung positif signifikan melalui orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Temuan pengaruh tidak langsung ini dapat dimaknai kinerja usaha pengrajin batik Gajah Oling di Kabupaten Banyuwangi bertambah baik ketika orientasi kewirausahaan mereka bertambah besar, dan orientasi kewirausahaan mereka bertambah besar ketika daya serap pengetahuan bertambah besar pula. Ini adalah temuan penelitian baru karena belum ada temuan penelitian sebelumnya.

Temuan lainnya ialah daya serap pengetahuan berpengaruh tidak langsung positif signifikan terhadap inovasi produk melalui orientasi kewirausahaan. Ini dapat diinterpretasi inovasi produk pengrajin batik Gajah Oling di Kabupaten Banyuwangi bertambah besar ketika orientasi kewirausahaan mereka bertambah besar pula, dan orientasi kewirausahaan mereka bertambah besar ketika daya serap pengetahuan mereka bertambah besar. Ini temuan baru juga karena belum ada temuan seperti ini sebelumnya.

## **KESIMPULAN dan SARAN**

### **Kesimpulan**

a) Semakin besar daya serap pengetahuan pengrajin batik Gajah Oling di Kabupaten Banyuwangi semakin besar orientasi kewirausahaan mereka. Kinerja usaha mereka bertambah besar ketika bertambah tinggi orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan mereka meningkat ketika daya serap pengetahuan bertambah besar. Semakin besar daya serap pengetahuan mereka semakin besar inovasi produk. Inovasi produk mereka bertambah besar ketika bertambah tinggi orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan mereka meningkat ketika daya serap pengetahuan bertambah tinggi. Daya serap pengetahuan mereka belum mampu meningkatkan kinerja usaha menjadi lebih baik.

b) Semakin besar orientasi kewirausahaan mereka semakin besar pula inovasi produk dan kinerja usaha.

c) Inovasi produk mereka belum mampu membuat kinerja usaha menjadi lebih baik.

---

---

#### Saran

a) Kekuatan utama mereka terletak pada jalur daya serap pengetahuan, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk. Oleh sebab itu, kekuatan ini perlu dipertahankan dan ditingkatkan agar memberi efek positif terhadap kinerja usaha yang lebih baik lagi dimasa datang.

b) Kelemahan pokok mereka terletak pada inovasi produk dan daya serap pengetahuan yang belum mampu membuat kinerja usaha menjadi lebih meningkat. Oleh karena itu, perlu perhatian serius terhadap hal tersebut. Sebaiknya mereka perlu berkoordinasi lebih intens dengan dinas-dinas pemerintah daerah yang tugas pokok dan fungsinya berkaitan erat dengan usaha mereka, misalnya Dinas Perindustrian Perdagangan dan Pertambangan untuk diselenggarakan pelatihan keterampilan yang berhubungan dengan persoalan inovasi produk.

c) Khusus bagi peneliti, temuan penelitian yang tidak mendukung hipotesis diharapkan memotivasi untuk dilakukan penelitian lanjutan guna ditemukan jawaban lebih detail.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Barney, Jay B., Clark, Delwyn N., 2007, *Resource-Based Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage*, Oxford University Press.
- Black, James A., & Champion, Dean J., 2001, *Metode dan Masalah Penelitian Sosial*, terjemahan, Penerbit PT. Refika Aditama, Bandung.
- Certo, S. Trevis; Moss, Todd W.; Short, Jeremy C., 2009, Entrepreneurial orientation: An applied perspective, *Business Horizons* **52**: 319-324.
- Chen, Shien-Tien.; Chang, Bao-Guang., 2012, The Effects of Knowledge Characteristics and Absorptive Capacity on the Performance of Knowledge Transfer for SMEs: The Moderation Views of Organizational Structure, *The Journal of Human Resource and Adult Learning*, Vol. **8**, Num. 1.
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, **35** (1), 128 - 152.
- Dev K., Duta, 2012, Inter-Organizational Relationships and Firm Performance: Impact of Complementary Knowledge and Relative Absorptive Capacity, *Journal of Management Policy and Practice*, Vol **13** (2), p. 46-55.
- Drucker, Peter F., 1985, *Inovasi dan Kewiraswastaan: Praktek dan Dasar-dasar*, terjemahan, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Ellitan, Lena & Anatan, Lina., 2009, *Manajemen Inovasi: Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Frank, Herman, Kessler, Alexandes, Fink, Matthias, 2010, Entrepreneurial Orientation and Business Performance – A Replication Study, *Strategic Business Review* **62**: 175-198.
- Griffin, Ricky W.; Ebert, Ronald J., 2004, *Business*, terjemahan Molan, Benyamin (2010), PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Harper, David A., 2003, *Foundations of Entrepreneurship and Economic Development*, Publiised by Routledge 11 New Fetter Lane, London EC4P 4EE.
- Jurado, Jaider-Vega., Gracia, Antonio Guitierrez., Fernandez –de-Lucio, Ignacio., Analyzing the determinants of firm’s absorptive capacity: beyond R&D, 2008, *R&D Management* **38**, 4.
- Kerste, Richard.; Muizer, Arnoud., 2002, *Effective knowledge transfer to SMEs Lessons from marketing and knowledge management*, EIM Business Policy Research.

- Liefner, Ingo.; Bromer, Christian.; Zeng, Gang., 2012, Knowledge absorption of optical technology companies in Shanghai, Pudong: Successes, barriers and structural impediments, *Applied Geography*, **32**, 171-184.
- Liu, Pang-Lo., & Tsai, Chih-Hung., 2009, A Study on the Relationship between Knowledge Management, Knowledge Absorption and Innovative Management Capabilities in Taiwan's High-tech Industries, *International Journal of The Computer, the Internet and Management* Vol. **17**.No.1 pp 1-17.
- Low, David R., Chapman, Ross L., Sloan, Terry R., 2007, Inter-relationships between innovation and market orientation in SMEs, *Management Reserch New* **30** (12): 378-391.