

## **Inovasi Terbuka, Platform Digital, Dan Kinerja Keuangan UMKM Di Sulawesi Selatan**

**Suharto<sup>1</sup>, Andi Baharuddin<sup>2</sup>,**  
Email: [andi.baharuddin@unpatompo.ac.id](mailto:andi.baharuddin@unpatompo.ac.id)  
Universitas Patompo

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh inovasi terbuka terhadap kinerja UMKM dan untuk menguji peran platform digital dalam memoderasi pengaruh inovasi terbuka terhadap kinerja keuangan UMKM. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah inovasi terbuka sebagai variabel bebas, kinerja UMKM sebagai variabel terikat. Platform digital diuji sebagai variabel yang memoderasi pengaruh inovasi terbuka terhadap kinerja UMKM. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 120 UMKM di Sulawesi Selatan dengan survei kuesioner tidak langsung dan langsung. Pengujian hipotesis dilakukan dengan *structural equation modeling* (SEM) menggunakan *software* statistik AMOS dengan analisis regresi sederhana dan *Moderate Regression Analysis* (MRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua hipotesis yang diajukan didukung yaitu inovasi terbuka berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM dan platform digital memperkuat hubungan inovasi terbuka terhadap kinerja UMKM.

**Kata Kunci:** Inovasi Terbuka, Platform Digital, Kinerja keuangan, UMKM

## **Pendahuluan**

Di era modern saat ini banyak faktor yang dapat menjadi pendorong kesuksesan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), salah satunya dengan melakukan inovasi. Inovasi yang dilakukan UKM secara berkelanjutan dapat mendorong pertumbuhan negara dan secara langsung dapat memperkuat daya saing baik secara nasional maupun internasional (Tobiassen & Pettersen, 2018). Inovasi yang berkelanjutan sangat diperlukan oleh UKM, namun banyak UKM yang masih menggunakan pendekatan inovasi secara tradisional atau bersifat tertutup. Inovasi tertutup dikatakan sebagai inovasi yang bersifat tradisional karena perusahaan hanya menggunakan sumber daya internal perusahaan untuk mengembangkan produk dan layanan barunya (Mortara et al., 2011). Pengembangan inovasi yang hanya berfokus pada pengetahuan internal perusahaan sangat bertolak belakang dengan kondisi kompetitif saat ini, sebab model inovasi tertutup ini tidak mendorong percepatan kemajuan bagi perusahaan. Perusahaan akan kehilangan sejumlah peluang yang datang dari aktivitas di luar perusahaan yang berpotensi untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan dengan cara mengkombinasikan teknologi internal dan eksternal (Chesbrough, 2003).

Dalam mengembangkan sebuah inovasi, perusahaan tidak bisa hanya mengandalkan kekuatan internal yang dimiliki. Kolaborasi dengan pihak eksternal sangat dibutuhkan dan penting untuk mengurangi biaya inovasi, pengembangan teknologi, efisiensi waktu, meminimalisir resiko, menggali ide baru, dan untuk penyelesaian masalah umum. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang merubah strategi inovasi mereka dari inovasi tertutup menjadi inovasi terbuka (Buwana & Nursyamsiah, 2018). Konsep

ini pertama kali diperkenalkan oleh Chesbrough (2003), dimana perusahaan dapat memperoleh ide, teknologi, pengetahuan, dan kapabilitas dari perusahaan secara eksternal. UKM merupakan kegiatan usaha produktif dalam mewujudkan keberhasilan pembangunan (Hapsari *et al.*, 2014). UKM memiliki peran yang strategis dalam menyerap tenaga kerja, pendistribusian hasil dan pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut Sri Mulyani (2018) UKM mampu menyerap 96 persen tenaga kerja, serta berkontribusi sebesar 60 persen terhadap PDB.

Saat ini, inovasi adalah landasan pertumbuhan ekonomi dan merupakan kontributor utama untuk itu (Prifti & Alimehmeti, 2017). Kinerja dan profitabilitas perusahaan jangka panjang dapat ditingkatkan melalui inovasi (Bakhshi, 2018). Pengusaha berpartisipasi dalam proses penemuan, produksi, dan distribusi, sehingga inovasi mereka memajukan dan memperkuat ekonomi lokal (Fritsch, 2017). Banyak sektor mulai menyadari pentingnya inovasi dan memperbarui proses dan sistem produksi mereka untuk meningkatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif sebagai akibat dari persaingan global yang semakin intensif dan perubahan yang sedang berlangsung di pasar yang sulit (Alshurideh, 2019; Abu Zayyad et al., 2020). Tiga puluh tiga makalah penelitian dilakukan oleh Naqbi et al. (2020), yang menemukan bahwa inovasi berdampak pada kinerja perusahaan. Menurut Psomas et al. (2018), ada hubungan antara kinerja organisasi dan adopsi teknik inovatif.

Ketika inovasi melalui pengembangan, mereka akhirnya berubah dari sistem inovasi tertutup menjadi sistem inovasi terbuka sebagai akibat dari peningkatan kompleksitas produk dan teknologi, meningkatnya biaya dan risiko investasi, dan percepatan waktu ke

pasar (Strazdas, 2014; Grama et al., 2018). Ada kecenderungan yang berkembang menuju kolaborasi dalam kreasi dan adaptasi karena bisnis saat ini menjadi lebih sadar akan ketidakmampuan mereka untuk bersaing sepenuhnya dengan orang lain hanya dengan mengandalkan keterampilan mereka sendiri (Michelino et al., 2014; Tobiasen et al., 2018). Untuk meningkatkan teknologi, inovasi terbuka adalah model yang mengandaikan pemanfaatan ide internal dan eksternal (Chesbrough, 2003).

Inovasi terbuka menciptakan pengaturan kooperatif yang baru, kemitraan, atau kolaborasi dan pertukaran konsep, informasi, dan teknologi dengan bisnis dan orang lain (Chesbrough et al. 2007). Penelitian oleh Hervas et al., 2021 menunjukkan bahwa inovasi terbuka terkait dengan jenis inovasi teknologi yang dipilih bisnis serta sumber daya inovasi internal mereka sendiri. Karena ketergantungan pada konteks inovasi terbuka, kerangka kolaboratif, aspek organisasi inovasi terbuka, inovasi terbuka dan kinerja, pencarian eksternal untuk inovasi terbuka, inovasi terbuka di usaha kecil dan menengah, inovasi terbuka di industri farmasi, inovasi terbuka dan hak kekayaan intelektual, dan teknologi, riset inovasi terbuka berkembang pesat (Bigliardi et al., 2021).

Saat ini salah satu sektor yang membantu perekonomian suatu bangsa adalah sektor kreatif (Colapinto & Porlezza, 2012). Berbagai organisasi internasional telah melakukan banyak studi tentang pertumbuhan industri kreatif. Misalnya, penelitian World Intellectual Property Organization (WIPO) di 45 negara (termasuk negara maju dan berkembang) pada 2018 mengungkapkan bahwa tingkat penyerapan tenaga kerja industri kreatif sebesar 5,36% dan kontribusi ekonominya terhadap PDB

sebesar 5,20%. UMKM di Sulsel saat ini mengalami peningkatan signifikan.

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sulawesi Selatan, pada tahun 2019 tercatat lebih dari 940 ribu unit usaha, kemudian menjadi sekitar 1,2 juta pada 2020 dan meningkat lagi jumlahnya menjadi 1,5 juta unit usaha pada 2021. unit usaha UMKM Provinsi Sulsel yakni 570 ribu unit pada sektor ekonomi pertanian, 450 ribu unit pada sektor perdagangan, 290 ribu unit pada sektor jasa. Saat ini pada tahun 2022 ada 1,5 juta unit UMKM Provinsi Sulsel yakni 570 ribu unit pada sektor ekonomi pertanian, 450 ribu unit pada sektor perdagangan, 290 ribu unit pada sektor jasa. salah satu sektor yang membantu perekonomian suatu bangsa adalah sektor kreatif.

Inovasi terbuka dianggap sebagai strategi yang membantu UMKM untuk memperoleh lebih banyak sumber daya dan kompetensi, seperti produksi atau distribusi (Bianchi et al., 2010). Menurut penulis lain tertentu, perusahaan-perusahaan ini adalah produsen utama keuntungan terbesar, yang mendukung tingkat kekayaan yang sangat tinggi yang dialami di seluruh dunia (Craig & Dirbrell, 2006). Mengadopsi pendekatan inovasi terbuka dan kolaboratif yang sesuai dapat menjadi komponen penting dari strategi yang dipilih UMKM untuk berhasil di sektor dengan tingkat kebutuhan desain, R&D, dan intensitas teknologi yang tinggi (Crema et al., 2014).

Melalui kolaborasi, UMKM dapat meningkatkan tingkat inovasinya sambil menyeimbangkan kemampuan internalnya dengan lingkungannya (Ketata et al., 2014). Lingkungan yang sangat dinamis adalah tempat UKM bersaing (Chan et al., 2018). UMKM meningkatkan strategi bisnis mereka dengan merangkul platform digital sebagai respons terhadap lingkungan yang berubah dan tekanan dari persaingan (Li et al., 2016).

Keberadaan platform digital telah menyebabkan perubahan dalam cara bisnis menciptakan keunggulan kompetitif (Parker et al., 2016). Proposisi nilai korporasi adalah komponen kunci, menurut Cenamor et al. (2017). Data besar dan kecerdasan buatan menjadi prioritas bagi sebagian besar bisnis di ekosistem platform digital (Subramaniam et al., 2018).

Platform digital dengan demikian mewakili industri muda yang mempertanyakan prinsip kesuksesan perusahaan (Kazan et al., 2018). Dalam studi ini, kami mengeksplorasi bagaimana kapabilitas jaringan yang disediakan oleh kapabilitas platform digital secara tidak langsung memengaruhi kinerja UMKM dan bagaimana konsep inovasi terbuka dapat diterapkan secara lebih efektif untuk membantu UMKM beroperasi pada level tertinggi mereka.

## Metode Penelitian

Survei kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini terhadap pelaku UMKM di Sulawesi Selatan, Indonesia, untuk menguji pengaruh inovasi terbuka terhadap kinerja UMKM yang dimediasi oleh platform digital menggunakan sampel 30–400 UMKM (Resceo, 1975), baik mikro, kecil, maupun menengah. Purposive sampling adalah teknik yang digunakan untuk memastikan kualitas sampel dan mencakup tahun operasi, ukuran sampel, dan lokasi sampel. Sumber data diperoleh dari survei independen. Kami menggunakan dua dimensi inovasi terbuka: masuk dan keluar, masing-masing dengan dua dan tiga pertanyaan, menggunakan skala Likert untuk diikuti (Cheng dan Huizingh, 2014).

Kemudian, untuk kinerja UMKM, digunakan empat dimensi: kinerja keuangan, non keuangan, lingkungan, dan sosial, dengan masing-masing dari

dua pertanyaan kami dari (Ketata et al., 2014; Purnomo, 2017). Selanjutnya, kami menggunakan empat dimensi platform digital: komunikasi internal, komunikasi keluar, komunikasi masuk, dan pengambilan pesanan, yang terdiri dari 10 pertanyaan tindak lanjut (Canemor et al., 2013). Untuk setiap pertanyaan, responden diharapkan menjawab sesuai dengan persetujuannya dan pertanyaan menggunakan skala Likert 5 poin, dimana 1 sangat tidak setuju dan 5 sangat setuju.

Perusahaan mikro didefinisikan sebagai perusahaan dengan penjualan tahunan di bawah 100.000 USD, konsisten dengan definisi Bank Dunia, sedangkan usaha kecil didefinisikan sebagai perusahaan dengan penjualan tahunan antara 100.000 USD dan 300.000 USD, dan perusahaan menengah didefinisikan sebagai memiliki penjualan tahunan antara 300.000 USD dan 500.000 USD (Berisha dan Pula, 2015; Ebitu et al., 2016). Sementara negara-negara maju memberikan dukungan keuangan kepada pemberi kerja untuk meminimalkan PHK akibat pandemi, dukungan tersebut tidak tersedia di Indonesia (Pemerintah Australia, 2021). Di Indonesia, 3,79 juta UMKM telah menggunakan platform digital untuk pemasaran produk. Jumlah tersebut sekitar 8% dari total jumlah UMKM di Indonesia yaitu 59,2 juta (Kemenkop UKM, 2021).

Selain itu, UMKM juga memiliki potensi yang sangat besar untuk menyerap tenaga kerja sebanyak 121 juta tenaga kerja. Hal ini memberikan kontribusi yang besar terhadap produk domestik bruto (PDB) yang naik hingga dan mengalami pertumbuhan 5% setiap tahunnya. UMKM menyumbang 96,9% lapangan kerja, 57,56% PDB, dan 15,68% ekspor (Bank Indonesia, 2021). UMKM Sulawesi Selatan terus meningkat dari tahun ke tahun, berdasarkan data

bappeda.Sulsel.go.id tahun 2019: usaha mikro (143.385), usaha kecil (65.533), dan usaha menengah (39.581).

Tingkat keberhasilan dan perkembangan perusahaan kecil merupakan ukuran kinerja. Selain itu, kinerja juga dapat diukur melalui return on investment, growth, volume, profit, dan Employment (Jeaning & Beaver, 1997). Kinerja perusahaan juga diukur secara luas menggunakan indikator ekonomi dan keuangan untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap kesuksesan perusahaan (Handrich et al., 2015). Dalam studi ini, pemilik diminta untuk menilai kinerja UMKM mereka terhadap kinerja mereka sendiri pada tahun lalu dan dengan kinerja keuangan dan non-keuangan pesaing mereka, seperti pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba, pertumbuhan produktivitas, keberhasilan dalam bisnis baru, produk, peningkatan peluang pasar, peningkatan kepuasan pasar, peningkatan waktu pengiriman, peningkatan metode dan proses kerja, serta pengurangan limbah (Cheng & Huizingh, 2014; Rouch et al., 2009). Dimensi indikator kinerja UMKM, baik finansial maupun non finansial, dalam penelitian ini mengikuti (Cheng & Huizingh, 2014; Purnomo, 2018).

Ukuran kapabilitas platform digital didasarkan pada versi skala yang disempurnakan untuk kapabilitas teknologi informasi (Rai & Tang, 2010). Kemampuan platform digital memungkinkan perusahaan memanfaatkan

sumber daya eksternal untuk keunggulan kompetitif. Dalam penelitian ini, “platform digital” mengacu pada teknologi informasi digital yang mendukung kegiatan pertukaran informasi dengan mitra. Kemampuan dan nilai e-bisnis dalam konteks pertumbuhan cepat UMKM bergantung pada seberapa cepat UMKM mengembangkan sumber daya TI, perencanaan strategis, budaya, dan kemitraan untuk mengembangkan kemampuan e-bisnis dan kompetensi proses bisnis yang membantu perusahaan mencapai kinerja bisnis yang luar biasa. (Bi & Smyrnios, 2017). Semua item pengukuran dinilai pada skala Likert 5 poin. Sebelum survei, prosedur penerjemahan balik dilakukan untuk memastikan konsistensi konseptual dan kata-kata di seluruh bahasa Inggris dan Indonesia (Brislin, 1970).

Dari total responden tersebut, sebanyak 75 responden berjenis kelamin laki-laki, diikuti 25 responden berjenis kelamin perempuan (75%:25%) dengan rentang usia wirausaha 26-35 tahun. 76% adalah UMKM (bisnis dengan kurang dari lima karyawan). Kemudian, 82% didominasi oleh UMKM berusia 10 tahun atau lebih muda, dan dalam 58% kasus, tingkat pendidikan kewirausahaan didominasi oleh sarjana. Sebanyak 45 responden merupakan pemilik usaha mikro; 53 responden adalah pemilik usaha kecil; dan 2 responden merupakan pemilik usaha menengah. Rincian profil demografi responden disajikan pada Tabel 2.

## Tabel 1

Daftar item pengukuran dan hasil penilaian pengukuran.

Tanpa Dimensi	Memuat	$\alpha$
<i>Inovasi terbuka</i> ( Ili et al.,2010 ; Schroll& Mild, 2011 ; Bianchi et al., 2011 ; Cheng & Huizingh., 2014 )	0,719	0,791
1. Masuk		
2. Keluar	0,764	
<i>Kinerja UMKM</i> ( Cheng &Huizingh, 2014 ; Purnomo, 2018 ; Ketata et al., 2014 )	0,602	0,653
1. Keuangan		
2. Nonfinansial	0,521	
3. Kinerja lingkungan	0,459	
4. Kinerja sosial	0,614	

1. Komunikasi internal	
2. Komunikasi masuk	0,836
3. Komunikasi keluar	0,720
4. Pesan penjemputan	0,727

**Tabel 2**

Profil sampel dan karakteristik demografis.

Variabel demografis	N	%	Variabel demografis	N	%
<b>Tingkat pendidikan</b>			<b>Jumlah Karyawan</b>		
SD – SMA	39	39	<5 karyawan	76	76
Sarjana	58	58	6-10 karyawan	14	14
Menguasai	3	3	>10 karyawan	10	10
<b>Usia Bisnis</b>			<b>Tingkat pendapatan</b>		
<10 tahun	82	82	10 – 300 juta	45	45
10-16 tahun	10	10	300 juta – 2,5 miliar	53	53
>16 tahun	8	8	>2,5 miliar	2	2
<b>Usia Responden</b>			<b>Sektor bisnis</b>		
19-25 tahun	7	7	Periklanan	12	12
26-35 tahun	44	44	Otomotif	2	2
36-45 tahun	26	26	Arsitektur	5	5
>46 tahun	23	23	Keahlian	6	6
<b>Jenis kelamin</b>			Kuliner	43	43
			Elektronik	2	2
Perempuan	25	25	Mode	10	10
Pria	75	75	Penerbit	5	5
			Melayani	9	9
			Fotografi	6	6

Sebelum menganalisis data, dilakukan analisis reliabilitas dan validitas (silakan lihat Tabel 1). Item yang tidak memenuhi nilai cutoff yaitu, alpha Cronbach di atas 0,6 untuk reliabilitas; nilai ikorelasi  $r$ -hitung  $r > r$ -tabel untuk invaliditas (Hair et al., 2006) dihilangkan dari analisis lebih lanjut. Statistik deskriptif dan korelasi antar variabel disajikan pada Tabel 3.

Untuk menguji hipotesis 1 dan 2 yang diajukan, data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana pada SEM PLS. Hasil menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif langsung yang signifikan antara inovasi terbuka dan kinerja UMKM. Analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa  $t$ -hitung inovasi terbuka adalah  $8,247 > t$ -tabel =  $t (/2)$ ;  $n - k - 1 = t (0,005; 98) = 2,62693$ , dengan tingkat

signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan koefisien regresi sebesar 0,744. Oleh karena itu, H1 didukung.

Seperti pada hipotesis 2, platform digital memperkuat hubungan antara inovasi terbuka dan kinerja UMKM. Pada penelitian ini hipotesis 2 diuji dengan menggunakan analisis regresi moderat (MRA) dengan tujuan menguji peran variabel moderating (platform digital). Hasil analisis regresi memiliki  $t$ -hitung sebesar 3,258 yang lebih besar dari  $t$ -tabel =  $t (/2)$ ;  $n - k - 1 = t (0,005; 98) = 2,62693$ , dengan tingkat signifikansi  $0,002 < 0,05$  (dimoderatori) (Brynjolfsson et al., 2014; Melville et al., 2004). Oleh karena itu, H2 didukung. Silakan lihat Tabel 4 untuk hasil analisis.

## Hasil Dan Pembahasan

Temuan penelitian ini mengkonfirmasi bahwa inovasi terbuka berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Hal ini karena UMKM lebih terbuka dan berkolaborasi dengan pelaku usaha lain dalam mengembangkan usahanya, membangun budaya kreatif dengan mendengarkan konsumen dan berinovasi bersama. Temuan penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya (Bianchi et al., 2010; Chesbrough, 2010; Lee et al., 2009; Van de Vrande et al., 2009; Wynarczyk et al., 2013) bahwa inovasi terbuka meningkatkan kinerja dan hasil perusahaan. Hal ini juga menunjukkan bahwa adopsi inovasi terbuka tidak hanya terbatas pada perusahaan besar (Gassmann et al., 2010; Cricelli et al., 2015), tetapi juga UKM, dan menjawab kesenjangan empiris bahwa inovasi terbuka

berdampak positif langsung pada kinerja UKM, tidak hanya bergantung pada proses inovasi, pemasaran, pengetahuan manajemen puncak, dan sebagainya (Hinteregger et al., 2018; Santoro et al., 2018).

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya penurunan ukuran kinerja keuangan; hal ini terjadi karena mereka sedang dalam masa pandemi COVID-19. Namun, tidak ada penurunan yang signifikan karena para pelaku UMKM justru lebih kreatif dalam mengembangkan bisnisnya, yakni dengan berkolaborasi dengan bisnis lain, melakukan digitalisasi, bahkan membangun bisnis baru yang potensial di masa pandemi ini. Kondisi ini membuat UMKM layak disebut sebagai motor penggerak perekonomian dunia.

**Tabel 3**

Statistik deskriptif

	N	Berarti	SD	Maksimum	Minimum
Inovasi terbuka	100	20.31	3.675	7	25
kinerja UMKM	100	31.21	4.274	17	40
Platform digital	100	35.95	8.536	20	50
N yang valid (menurut daftar)	100				

**Tabel 4**

Hubungan antara variabel fokus.

	Model	Koefisien tidak standar		Koefisien Standar	T	Sig.	Keterangan
		B	St. Kesalahan	Beta			
1	(Konstan)	16.092	1.863		8.640	.000	
	Inovasi terbuka-kinerja UMKM	.744	.090	.640	8.247	.000	Didukung (H1)
2	(Konstan)	42.739	8.281		5.161	.000	
	Platform digital-Inovasi terbuka*Kinerja UMKM	.035	.011	1.980	3.258	.002	Didukung (H2)

Platform digital memperkuat hubungan antara inovasi terbuka dan kinerja UMKM. Hal ini terjadi karena kehadiran platform digital sangat membantu UMKM mengembangkan usahanya. Selanjutnya, pola konsumen saat ini dalam memenuhi kebutuhan hidupnya membawa mereka ke digital. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian (Canemor et al., 2019) yang menyatakan kapabilitas platform digital tidak berpengaruh langsung positif

terhadap kinerja wirausaha. Lingkungan bisnis yang dinamis dan menantang membuat UMKM mulai melirik platform digital seperti penelitian (Chan et al., 2018) dan merespon tekanan persaingan dengan memperbaiki strategi bisnisnya (Li et al., 2016). Kondisi ini dimanfaatkan dengan baik oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya, baik komunikasi internal dengan karyawan maupun komunikasi eksternal dengan pelanggan. Hadirnya

platform digital meningkatkan layanan UMKM kepada konsumen, misalnya dengan membuat proses transaksi

menjadi lebih mudah dan cepat, yang tentunya dapat meningkatkan kinerja UMKM tersebut.

## Kesimpulan

Hasil penelitian ini mendukung anggapan bahwa inovasi terbuka meningkatkan kinerja UMKM. Hasil ini mengkonfirmasi anggapan bahwa inovasi terbuka meningkatkan keberhasilan organisasi. Hal ini karena UMKM lebih mudah didekati dan bekerja sama dengan pelaku bisnis lain untuk mengembangkan perusahaan mereka, menumbuhkan budaya kreatif dengan memperhatikan pelanggan mereka, dan berinovasi sebagai sebuah kelompok. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi temuan penelitian sebelumnya bahwa inovasi terbuka meningkatkan kinerja dan hasil bisnis (Lee et al., 2009; Van de Vrande et al., 2009; Bianchi et al.,

2010; Chesbrough, 2010; Wynarczyk et al., 2013; Hintereger et al., 2018; Rajapathirana & Hui, 2018). Hasil ini juga membantah pernyataan RDT bahwa kolaborasi adalah cara yang bagus bagi bisnis atau UMKM untuk memanfaatkan potensi luar untuk pertumbuhan dan kelangsungan hidup. Adanya platform digital mendorong para pelaku UMKM untuk lebih inventif dalam mengembangkan usahanya, antara lain melalui kemitraan, digitalisasi, bahkan penciptaan usaha baru yang potensial. Karena keadaan ini, UMKM layak mendapat julukan "mesin ekonomi global".

## Daftar Pustaka

- Abbate, T., Codini, A. P., & Aquilani, B. (2019). Knowledge co-creation in Open Innovation Digital Platforms: processes, tools and services. *Journal of Business & Industrial Marketing*. doi:10.1108/jbim-09-2018-0276.
- Abu Zayyad, H. M., Obeidat, Z. M., Alshurideh, M. T., Abuhashesh, M., Maqableh, M., & Masa'deh, R. (2020). Corporate social responsibility and patronage intentions: The mediating effect of brand credibility. *Journal of Marketing Communications*. <https://doi.org/10.1080/13527266.2020.1728565>
- Amjad Ali, Wajid Alim, Jawad Ahmed, & Sabahat Nisar. (2022). Yoke of Corporate Governance and Firm Performance: A Study of Listed Firms in Pakistan. *Indian Journal of Commerce and Management Studies*, 13(1), 8–17. Retrieved from <https://www.ijcms.in/index.php/ijcms/article/view/312>.
- Babkin Alexander V. Geliskhanov Islam Z. Yudina Tamara N. (2018). Digital platforms in economics: essence, models, development trends. *π-Economy*. 11(6). 22-23. DOI: 10.18721/JE.11602.
- Bakhshi H, McVittie E and Simmie J 2008, Creating innovation: do the creative industries support innovation in the wider economy, Research Report: February 2008 (London, NESTA), Accessed: 02/03/2018.
- Brislin, R. W. (1970). Back-Translation for Cross-Cultural Research. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1(3), 185–216.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). The second machine age: work, progress, and prosperity in a time of

- brilliant technologies. New York: WW Norton & Company.
- Bujor, A., & Avasilcai, S. (2018). Open innovation in creative industries. Part I: Innovation and design. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 400(6). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/400/6/062007>.
- Canemor, J., Parida, V., & Wincent, J. (2019). How entrepreneurial SMEs compete through digital platforms: The roles of digital platform capability, network capability and ambidexterity: *Journal of Business Research* 100 (2019) 196–206.
- Cheng, C.C.J. and Huizingh, E.K.R.E. (2014), “When is open innovation beneficial? The role of strategic orientation”, *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 31 No. 6, pp. 1235–1253.
- Chesbrough, H (2003a). Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. Cambridge, MA: *Harvard Business Review Press*.
- Chesbrough, H (2003b). The logic of open innovation: Managing intellectual property. *California Management Review*, 45, 33–58.
- Chesbrough, H and M Bogers (2014). Explicating open innovation: Clarifying an emerging paradigm for understanding innovation. In H. Chesbrough, W Vanhaverbeke and J West (Eds.), *New Frontiers in Open Innovation*, pp. 3–28. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Colapinto, C., & Porlezza, C. (2012). Innovation in creative industries: from the quadruple helix model to the systems theory. *Journal of the Knowledge Economy*, 3(4), 343-353.
- Ebitu, Ezekiel & Inyang, Juliet & Etim, Glory. (2016). An Appraisal Of Nigeria's Micro, Small And Medium Enterprises (Msmes): Growth, Challenges And Prospects. 4. 21-36.
- Fan, B., Li, Z., & Desouza, K. C. (2021). Interagency Collaboration in City Emergency Management Network: A Case Study on the Super Ministry Reform in China. *Disasters*. doi:10.1111/disa.12495
- Fleming, Christopher & Bowden, Mark. (2008). Web-based surveys as an alternative to traditional mail methods. *Journal of environmental management*. 90. 284-92. 10.1016/j.jenvman.2007.09.011.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2006). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Handrich, M., Handrich, F. and Heidenreich, S. (2015), “Firm Innovativeness - The sufficient condition for business success? Examining antecedents of firm innovativeness and how it affects business success”, *International Journal of Innovation Management*, Vol. 19 No. 5, p. 1550053.
- Hervas-Oliver, J.-L., Sempere-Ripoll, F., & Boronat-Moll, C. (2021). Technological innovation typologies and open innovation in SMEs: Beyond internal and external sources of knowledge. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120338.
- Hinteregger, C., Durst, S., Temel, S. and Yesilay, R. B. (2018). The Impact of Openness on Innovation in SMEs. *International Journal of Innovation Management*. Vol. 23, No. 1 (January 2019) 1950003 (30 pages).
- Hossain, M. and Lassen, A.H. (2017), “How do digital platforms for ideas, technologies, and knowledge

- transfer act as enablers for digital transformation?”, *Technology Innovation Management Review*, Vol. 7 No. 9, pp. 55-60.
- I.V. Lutoshkin, S.V. Lipatova, M.N. Yardaeva, Developing a toolbox for evaluating enterprise performance in the conditions of digital production, *St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics*, 11 (6) (2018) 9–21. DOI: 10.18721/JE.11601.
- Jennings, P., & Beaver, G. (1997). The Performance and Competitive Advantage of Small Firms: A Management Perspective. *International Small Business Journal*, 15(2), 63–75. doi:10.1177/0266242697152004.
- Kazan, E., Tan, C.-W., Lim, E. T. K., Sørensen, C., & Damsgaard, J. (2018). Disentangling digital platform competition: The case of UK mobile payment platforms. *Journal of Management Information Systems*, 35(1), 180–219. <https://doi.org/10.1080/07421222.2018.1440772>.
- Ketata, I., Sofka, W. and Grimpe, C. (2014), “The role of internal capabilities and firms’ environment for sustainable innovation: evidence for Germany”, *R&D Management*, Vol. 45 No. 1, pp. 60–75.
- Lee, S. M., Olson, D. L. and Sang-Heui, L. (2009). Open process and open-source enterprise systems. *Enterprise Information Systems*, 3(2):201–209.
- Lichtenthaler, U., Lichtenthaler, E.: A.(2009) capability-based framework for open innovation: complementing absorptive capacity. *J. Manage. Stud.* 46(8), 1315–1338.
- Li, W., Liu, K., Belitski, M., Ghobadian, A., & O'Regan, N. (2016). e-Leadership through strategic alignment: An empirical study of small- and medium-sized enterprises in the digital age. *Journal of Information Technology*, 31(2), 185–206.
- Melville, N., Kraemer, K., & Gurbaxani, V. (2004). Review: Information technology and organizational performance: An integrative model of IT business value. *MIS Quarterly*, 28(2), 283–322.
- Perkmann, M. and West, J. (2015), Open science and open innovation: Sourcing knowledge from Universities,’ in Albert N. Link, Donald S. Siegel, and Mike Wright, eds., *Chicago handbook of university technology transfer and academic entrepreneurship*, Chicago: University of Chicago Press, 41-74.
- Podmetina, D, I Fiegenbaum, R Teplov and E Albats (2014). Towards open innovation measurement system-a literature review. In Innovation for Sustainable Economy and Society. Paper presented at Proceedings of the 25th International Society for Professional Innovation Management Conference (Ireland), Dublin, 8–11 June.
- Purnomo, B. R. (2019). Artistic orientation, financial literacy and entrepreneurial performance. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*. doi:10.1108/jec-09-2018-
- Schillo, R. A. and Kinder, J.S. (2017) Delivering on societal impacts through open innovation: a framework for government laboratories. *Journal of Technology Transfer*. 42(4): 977–996.
- Schroll, A. and Mild, A. (2011), “Open innovation modes and the role of internal R&D: An empirical study on open innovation adoption in

- Europe*”, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 14 No. 4, pp. 475–495.
- Subramaniam, M., Iyer, B., & Venkatraman, V. (2018). Competing in digital ecosystems. *Business Horizons*. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.08.013>.
- Van de Vrande, V., de Jong, J. P. J., Vanhaverbeke, W. and de Rochemont, M. (2009). Open innovation in SMEs: Trends, motives and management challenges. *Technovation*, 29(6/7):423–437.
- Wynarczyk, P., Piperopoulos, P. and McAdam, M. (2013). Open innovation in small and medium-sized enterprises: An overview. *International Small Business Journal*, 31(3):240–255.