

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARTA ILMIAH	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARTA ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Dynamic Stakeholder Relationship Quality (DSRQ)	10
2.2 Absorptive Capacity (AC)	11
2.3 Altruistic Knowledge Donating (AKD)	12
2.4 Innovation Performance (IP)	13
2.5 Organizational Performance (OP)	14
2.6 Hubungan antar Variabel dan Hipotesis	16
2.6.1 DSRQ dan AKD	16
2.6.2 AKD dan IP	17
2.6.3 Peran Moderasi AC	19
2.6.4 IP dan OP	20
2.7 Kerangka Pemikiran	22
2.8 Peran <i>Knowledge</i> dan <i>Stakeholder</i> pada Organisasi	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Desain Penelitian	25
3.2.1 Populasi	26
3.2.2 Sampel	27
3.2.3 Sumber dan Jenis Data	28
3.2.4 Metode Pengumpulan Data	29

3.2.5 DOV dan Indikator	30
3.2.6 Interview Guidance	32
3.2.7 Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Metode Kuantitatif	41
4.1.1 Gambaran Umum Responden	41
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	44
4.1.2.1 Deskriptif Variabel DSRQ	45
4.1.2.2 Deskriptif Variabel AC	46
4.1.2.3 Deskriptif Variabel AKD	47
4.1.2.4 Deskriptif Variabel IP	49
4.1.2.5 Deskriptif Variabel OP	50
4.1.3 Analisis Data	52
4.1.3.1 <i>Evaluation of Measurement Model</i>	52
a. <i>Covergent Validity</i>	53
b. <i>Internal Consistency (Uji Reliabilitas)</i>	55
4.1.3.2 <i>Evaluation of Stuctural Model</i>	57
a. <i>Coefficient of Determination (R-Square)</i>	58
b. <i>Predictive Relevance (Q-Square)</i>	59
c. <i>Model_Fit</i>	61

d. <i>Path Coefficient</i> (Uji Hipotesis)	61
4.2 Metode Kualitatif	64
4.2.1 Profil Narasumber	64
4.2.2 Hasil Wawancara	66
4.2.2.1 Peran dan kontribusi <i>stakeholder</i> utama terhadap kinerja UKM <i>fashion</i> di Jawa Tengah	66
1. <i>Stakeholder</i> pada Kelangsungan Bisnis Operasional UKM	67
2. Kontribusi <i>Stakeholder</i> Utama Terhadap Pengumpulan Pengetahuan UKM	72
3. <i>Stakeholder</i> yang Paling Berkontribusi dalam Kelangsungan Bisnis Operasional UKM	77
4. Dampak Perkembangan Pengetahuan UKM Tanpa <i>Stakeholder</i>	79
4.2.2.2 Makna Pengetahuan dan Penyerapannya dikalangan UKM <i>Fashion</i> di Jawa Tengah	82
1. Pengetahuan Diposisikan dalam UKM	82
2. Cara UKM mendapatkan dan mengembangkan pengetahuan	84
3. Manfaat Pengetahuan dalam Kelangsungan Bisnis UKM	86

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	89
4.3.1 Kekuatan Hubungan antar <i>Stakeholder</i> dalam Pembentukan Sikap Berbagi Pengetahuan	89
4.3.2 Sikap Berbagi Pengetahuan dalam Meningkatkan Kinerja Inovasi	91
4.3.3 Penyerapan Pengetahuan Memudahkan Terciptanya Inovasi	92
4.3.4 Peran Inovasi dalam Meningkatkan Kinerja UKM	94
BAB V PENUTUP	96
5.1 Simpulan	96
5.2 Implikasi Manajerial	98
5.3 Implikasi Teori	101
5.4 Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang	104
DAFTAR PUSTKA	106
LAMPIRAN-LAMPIRAN	113

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 DOV dan Indikator.....	31
Tabel 3.2 Interview Guidance	32
Tabel 3.3 Ringkasan Desain Riset Mixed Methods.....	40
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data Primer	42
Tabel 4.2 Demografi Responden	43
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif DSRQ	45
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif AC	46
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif AKD	48
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif IP	49
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif OP	51
Tabel 4.8 Nilai <i>Outer Loadings</i> dan AVE	54
Tabel 4.9 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	56
Tabel 4.10 <i>Coefficients of Determination (R-Square)</i>	58
Tabel 4.11 <i>Predictive Relevance (Q-Square)</i>	60
Tabel 4.12 <i>Model_Fit (NFI)</i>	61
Tabel 4.13 <i>Path Coefficient</i>	62
Tabel 4.14 Kesimpulan Hasil Uji Hipotesis	62

Tabel 4.15 Profil Narasumber	64
Tabel 4.16 Vendor Sebagai Pihak Yang Memiliki Hubungan Untuk Kelangsungan Bisnis Operasional UKM	67
Tabel 4.17 Supplier Sebagai Pihak Yang Memiliki Hubungan Untuk Kelangsungan Bisnis Operasional UKM	69
Tabel 4.18 Konsumen Sebagai Pihak Yang Memiliki Hubungan Untuk Kelangsungan Bisnis Operasional UKM	70
Tabel 4.19 Pesaing Sebagai Pihak Yang Memiliki Hubungan Untuk Kelangsungan Bisnis Operasional UKM	71
Tabel 4.20 Kontribusi Vendor	73
Tabel 4.21 Kontribusi Supplier	74
Tabel 4.22 Kontribusi Konsumen	75
Tabel 4.23 Kontribusi Pesaing	76
Tabel 4.24 Vendor Paling Berkontribusi	77
Tabel 4.25 Supplier Paling Berkontribusi	78
Tabel 4.26 Konsumen Paling Berkontribusi	79
Tabel 4.27 Pernyataan Narasumber Terkait Stakeholder.....	80
Tabel 4.28 Pengetahuan UKM Diposisikan Dalam Organisasi	83

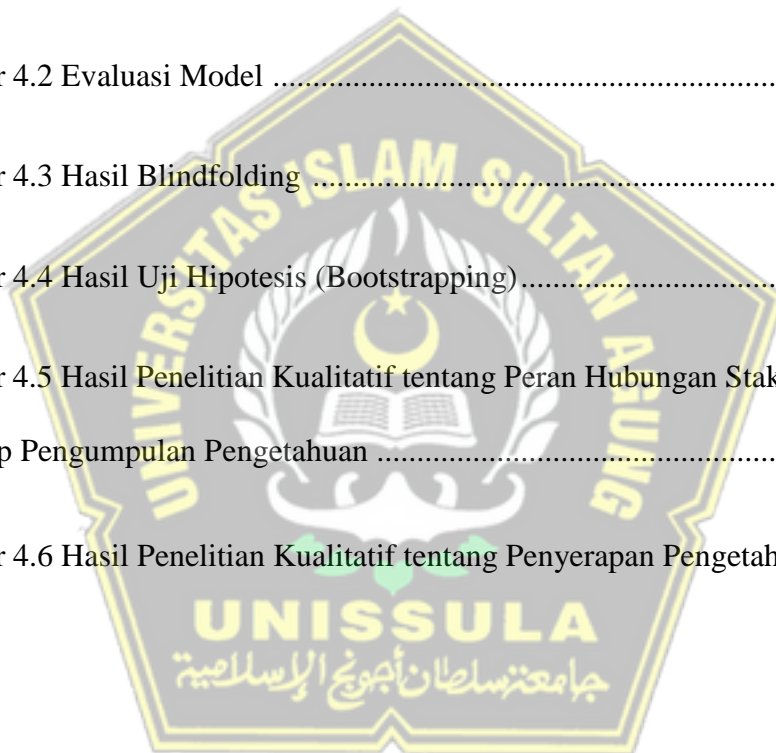
Tabel 4.29 Cara UKM Mendapatkan dan Mengembangkan Pengetahuan85

Tabel 4.30 Kegunaan Pengetahuan untuk Kelangsungan Bisnis UKM.....87



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 3.1 Embedded Mixed Methods Design	25
Gambar 3.2 Alur Analisis Data Metode Kuantitatif	33
Gambar 4.1 Estimasi Model	53
Gambar 4.2 Evaluasi Model	57
Gambar 4.3 Hasil Blindfolding	60
Gambar 4.4 Hasil Uji Hipotesis (Bootstrapping)	61
Gambar 4.5 Hasil Penelitian Kualitatif tentang Peran Hubungan Stakeholder UKM terhadap Pengumpulan Pengetahuan	81
Gambar 4.6 Hasil Penelitian Kualitatif tentang Penyerapan Pengetahuan UKM	88



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	114
Lampiran 2. Pertanyaan Wawancara	118
Lampiran 3. Tabulasi Data	119
Lampiran 4. Hasil Output Smart PLS 3.0	123
Lampiran 5. Diagram Output Smart PLS 3.0	127

