

Disertasi

**PERAN TAWHIDIC PARADIGM DAN KNOWLEDGE ACQUISITION
EFFICACY MENUJU KINERJA UKM**



Disusun Oleh :

Andhy Tri Adriyanto

NIM. 104 0170 0003

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Doktor Ilmu Manajemen
Program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang

**PROGRAM DOKTOR ILMU MANAJEMEN
PASCA SARJANA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
S E M A R A N G**

2022

Disertasi

**PERAN TAWHIDIC PARADIGM DAN
KNOWLEDGE ACQUISITION EFFICACY MENUJU
KINERJA UKM**

Disusun oleh

ANDHY TRI ADRIYANTO

NIM : 104 0170 0003

Telah disetujui dan selanjutnya dapat diajukan
Untuk Tahap Seminar Terbuka Disertasi
Program Studi Doktor Ilmu Manajemen
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, September 2022
Mengetahui

Ketua Program Pasca Sarjana
Program Studi Doktor Ilmu Manajemen



Prof. Dr. Widodo, SE., M.Si
NIDN : 0608026502

Tim Promotor

Prof. Olivia Fachrunnisa, SE., M.Si, Ph.D.
NIDN : 0618067501

Digitally signed
by Nurhidayati
Date:
2022.08.31
16:11:37
+07'00'

Nurhidayati, SE., M.Si, Ph.D.
NIDN : 0630057201

Telah diuji pada ujian pra promosi
Pada hari Jum'at, 5 Agustus 2022

TIM PENGUJI UJIAN TERTUTUP

1. Prof. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si, Ph.D (Promotor)
2. Nur Hidayati, SE, M.Si, Ph.D (Co Promotor)
3. Dr. Nur Wening, M.Si (Penguji Eksternal)
4. Prof. Dr. Widodo, SE, M.Si (Penguji Internal)
5. Dr. Ardian Adhiatma, SE, MM (Penguji Internal)
6. Dr. Ken Sudarti, SE, M.Si (Penguji Internal)
7. Dr. Mulyana, SE, M.Si (Penguji Internal)



Motto :

“Tidak ada ilmu yang tidak bermanfaat”

**Manusia diciptakan bukan untuk sempurna namun untuk berguna maka
ikhlaslah dalam Belajar**



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kepada Allah S.W.T yang maha kuasa yang telah melimpahkan berbagai rahmat, anugrah, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Disertasi dengan judul: **“Peran *Tawhidic Paradigm dan Knowledge Acquisition Efficacy* menuju Kinerja UKM”**.

Terselesainya usul penelitian Disertasi ini adalah wujud karunia-Nya dan tidak lepas dari peran serta berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Prof. Olivia Fachrunnisa, S.E., M.Si, Ph.D dan Nurhidayati, S.E., M.Si. Ph.D selaku Tim Promotor, yang telah dengan sangat sabar memberikan ilmu yang sangat bermanfaat, memberikan bimbingan dengan penuh komunikatif, kesabaran, semangat dan keteladanan.
2. Prof. Olivia Fachrunnisa, S.E., M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang selalu menjadikan inspirasi dan role model bagi penulis.
3. Prof. Dr. Widodo, SE, M.Si selaku Ketua Program Doktor Ilmu Manajemen Unissula, Dr. Ken Sudarti, SE, M.Si selaku Sekretaris Program Doktor Ilmu Manajemen Unissula dan seluruh dosen PDIM FE Unissula yang senantiasa memotivasi, memberikan wawasan, ilmu pengetahuan dan materi pembelajaran yang sangat bermanfaat serta menginspirasi bagi penulis menempuh studi.
4. Dr. Ardian Adhiatma, S.E.; M.M., Dr. Ken Sudarti, S.E., M.Si.; dan Dr. Mulyana, S.E., M.Si. selaku dosen penguji internal atas masukan, saran dan kritik yang sangat berguna bagi pengembangan dan penyempurnaan Disertasi ini.
5. Dr. Nur Wening, M.Si. selaku dosen penguji eksternal yang telah memberikan masukan yang sangat berharga dan bermanfaat untuk untuk perbaikan dan penyempurnaan Disertasi ini.

6. Seluruh pengelola dan staff administrasi PDIM Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah dengan sabar mendampingi, membantu, memfasilitasi kebutuhan penulis selama menempuh studi.
7. Seluruh responden UKM Fashion Muslim Jawa Tengah yang telah bersedia membantu mengisi kuesioner dan berpartisipasi secara aktif memberi masukan demi kelancaran memperoleh data lapangan selama penulis menyelesaikan Disertasi ini.
8. Istri tercinta, Ifa Imawati, S.E. yang dengan ijinnya, kesabarannya mendampingi penulis dalam suka dan duka, memberikan motivasi, sederhana, sabar dengan perhatian yang luar biasa dengan cinta tulus dan doa yang tidak pernah putus selama proses studi di PDIM Universitas Islam Sultan Agung Semarang
9. Ayahanda tercinta Soebijanto, Almh. ibu tersayang Karsini Iswati, ibunda mertua tercinta Ngatiyem serta ayahanda mertua Dwi Purnomo, yang telah memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di PDIM Universitas Islam Sultan Agung Semarang
10. Saudaraku om Dr. Ir. Suhardjono, M.Eng. Kakakku Djoko Arianto Wibowo, S.T., M.T. dan Arief Setyawan Nugroho terimakasih atas doa, restu dan dukungan yang luar biasa baik moril maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan Studi di PDIM Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
11. Rektor Universitas Semarang Dr. Supari, S.T., M.T. beserta Pimpinan Yayasan yang telah berkenan memberikan kesempatan studi dan senantiasa mendukung, memotivasi dan memberi fasilitas untuk menempuh Studi di PDIM Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
12. Jajaran Struktural dan rekan-rekan dosen Universitas Semarang yang senantiasa mendukung, memotivasi dan membantu saya dalam menempuh Studi di PDIM Universitas Islam Sultan Agung Semarang
13. Seluruh teman-teman seperjuangan PDIM Universitas Islam Sultan Agung Semarang atas kebersamaannya saling membantu, memotivasi, *emphatic* dan solidaritas dalam menempuh Program Doktor Ilmu Manajemen. Terkhusus saudara-saudaraku di PDIM Angkatan ke- 1 Universitas Islam Sultan Agung

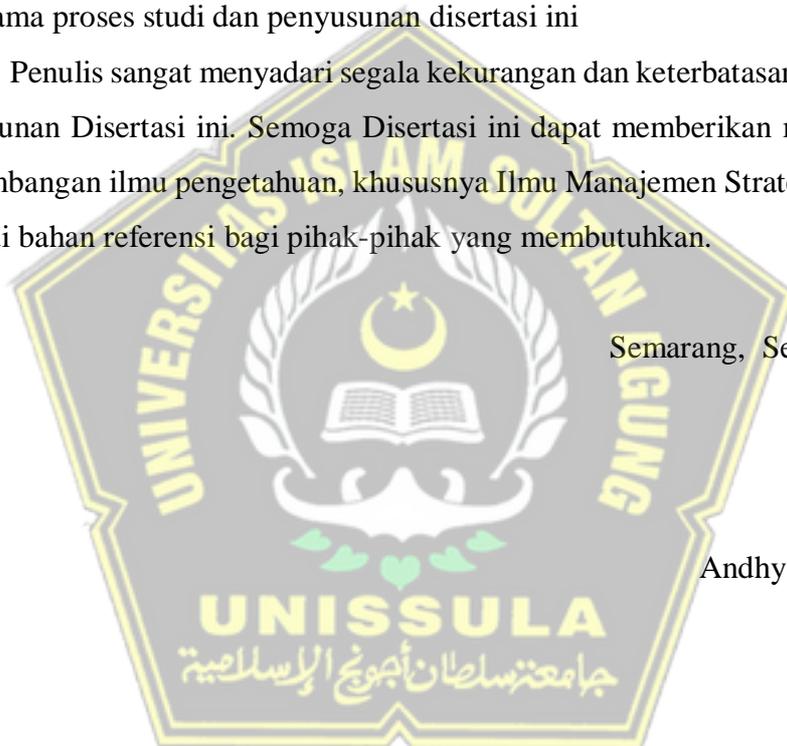
Semarang, terimakasih untuk kebersamaan kita dan teriring doa semoga kita semua berada dalam keadaan sehat selalu, dan dimudahkan dalam setiap prosesnya.

14. Teman-teman FGD (Focus Group Disertasi) yang selalu siap siaga membantu dalam setiap kondisi, yang selalu bersedia menjadi tempat menumpahkan emosi, air mata dan kegundahan yang muncul selama penyusunan disertasi ini
15. Semua pihak dan handai taulan, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan berkontribusi selama proses studi dan penyusunan disertasi ini

Penulis sangat menyadari segala kekurangan dan keterbatasan dalam proses penyusunan Disertasi ini. Semoga Disertasi ini dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Manajemen Strategik dan dapat menjadi bahan referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Semarang, September 2022
Penyusun

Andhy Tri Adriyanto



ABSTRAK

Knowledge Acquisition Efficacy diusulkan sebagai konsep baru untuk meningkatkan kinerja UKM *Fashion* Busana Muslim di Jawa Tengah yang berasal dari *entrepreneur learning* dan peran *tawhidic paradigm*. Pembelajaran eksploitasi dan pembelajaran eksplorasi adalah dua jenis pembelajaran kewirausahaan, pembelajaran tersebut tidak mampu berdiri sendiri untuk itu diperlukan keyakinan bahwa pengetahuan yang dimilikinya merupakan bagian dari hikmah Allah pada manusia yang ditunjukkan pada perasaan yakin untuk mempertajam umpan balik korektif, keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami, keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Alquran), menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru, keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan. *Knowledge Acquisition Efficacy* merupakan bagian dari pendekatan konsep *knowledge management* dan *intelligence theory*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sebuah model konseptual baru yang dapat mengisi saran penelitian lanjutan dan keterbatasan study terdahulu antara peran *Entrepreneur Learning* dengan Kinerja UKM yang berpusat pada konsep *Knowledge Acquisition Efficacy*. Konsep *Knowledge Acquisition Efficacy* diharapkan dapat memicu Kinerja UKM *Fashion* Busana Muslim di Provinsi Jawa Tengah serta konsep *Knowledge Acquisition Efficacy* juga diharapkan dapat memicu *Innovative Behaviour*.

Jenis penelitian ini adalah "*Explanatory Research*" dengan populasi pada pengelola atau pemilik UKM *Fashion* Busana Muslim di Provinsi Jawa Tengah. Dalam penelitian ini jumlah sampel adalah 250 responden. Metode pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling* artinya mengambil sampel berdasarkan karakteristik tertentu, yakni 1). UKM *Fashion* minimal telah beroperasi selama 3 tahun, 2). Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,- 3). Memiliki karyawan minimal 20 orang, 4). Beragama Islam dan 5). Bersedia memberikan informasi.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa untuk mewujudkan Kinerja UKM dibangun oleh *Knowledge Acquisition Efficacy* yang merupakan Keyakinan atas kemampuan diri yang dapat diandalkan, optimis dalam menghadapi tantangan dan rasa ingin tahu yang tinggi sejauh menggunakan kualitas pengetahuan dalam proses berpikir dan berperilaku. Keyakinan pengusaha untuk mengakuisisi pengetahuan yang dimilikinya dipicu oleh proses pembelajaran eksplorasi dan eksploitasi yang diwarnai dengan paradigma tauhid.

Hasil menunjukkan bahwa *entrepreneur learning* yang terdiri dari *exploitative learning* dan *explorative learning* serta diwarnai *Tawhidic paradigm* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Knowledge Acquisition Efficacy* sehingga dapat meningkatkan kinerja UKM. Berikutnya *Knowledge Acquisition Efficacy* yang dipicu oleh *exploitative learning* dan *explorative learning* serta diwarnai *Tawhidic paradigm* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Innovative Behaviour*. Sedangkan *Innovative Behaviour* dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UKM.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa model peningkatan kinerja UKM dengan berpusat pada konsep *Knowledge Acquisition Efficacy* yang dipicu oleh *explorative* dan *exploitativive learning* serta *tawhidic paradigm* terbukti mampu meningkatkan *Knowledge Acquisition Efficacy* yang pada akhirnya akan mendorong terciptanya perilaku inovatif dan peningkatan kinerja UKM.

Kata kunci : *Knowledge Acquisition Efficacy; explorative learning; exploitativive learning; tawhidic paradigm; perilaku inovatif; peningkatan kinerja UKM*



ABSTRACT

Knowledge Acquisition Efficacy is proposed as a new concept to improve the performance of Muslim Fashion SMEs in Central Java, which originates from entrepreneurial learning and the role of the tawhidic paradigm. Exploitation learning and exploratory learning are two types of entrepreneurial learning, the learning is not able to stand alone for that it is necessary to believe that the knowledge it has is part of God's wisdom in humans which is shown in a feeling of confidence to sharpen corrective feedback, self-confidence in deepening learning skills with how to repeat learning to become more understanding, self-courage to intensify and strengthen oneself to learn knowledge directly from the source of all knowledge (the Qur'an), challenge oneself to expand the exposure of new knowledge, self-determination to accelerate the knowledge exchange process. Knowledge Acquisition Efficacy is part of the approach to the concept of knowledge management and intelligence theory.

This study aims to explore a new conceptual model that can fill in the suggestions for further research and the limitations of previous studies between the role of Entrepreneur Learning and the Performance of SMEs, which is centered on the concept of Knowledge Acquisition Efficacy. The concept of Knowledge Acquisition Efficacy is expected to trigger the performance of Muslim Fashion SMEs in Central Java Province and the concept of Knowledge Acquisition Efficacy is also expected to trigger Innovative Behavior.

This type of research is "Explanatory Research" with a population of managers or owners of Muslim Fashion Fashion SMEs in Central Java Province. In this study the number of samples was 250 respondents. The sampling method using purposive sampling technique means taking samples based on certain characteristics, namely 1). Fashion UKM has been operating for at least 3 years, 2). Have annual sales results of a maximum of Rp. 300,000,000, - 3). Have a minimum of 20 employees, 4). Muslim and 5). Willing to provide information.

Based on the results of the study, it can be concluded that to realize the performance of SMEs, Knowledge Acquisition Efficacy is built which is a belief in self-ability that is reliable, optimistic in facing challenges and high curiosity as far as using the quality of knowledge in the process of thinking and behaving. The confidence of entrepreneurs to acquire their knowledge is triggered by the learning process of exploration and exploitation which is colored by the tawhidic paradigm.

The results show that entrepreneurial learning which consists of exploitative learning and explorative learning and colored with the Tawhidic paradigm has proven to have a significant effect on Knowledge Acquisition Efficacy so that it can improve the performance of SMEs. Next, Knowledge Acquisition Efficacy which is triggered by exploitative learning and explorative learning and colored by the Tawhidic paradigm has proven to have a significant effect on Innovative Behavior. Meanwhile, Innovative Behavior in this study has no significant effect on the performance of SMEs.

So it can be concluded that the SME performance improvement model centered on the concept of Knowledge Acquisition Efficacy which is triggered by explorative and exploitative learning and the tawhidic paradigm has proven to be

able to increase Knowledge Acquisition Efficacy which will ultimately encourage the creation of innovative behavior and improve SME performance.

Keywords : *Knowledge Acquisition Efficacy; explorative learning; exploitatitive learning; tawhidic paradigm; innovative behaviour; SMEs Performance*



INTISARI

Proses pembelajaran kewirausahaan (*entrepreneur learning*) merupakan proses eksplorasi pengetahuan di mana pengalaman ditransformasikan menjadi pengetahuan. (Levinthal 1989) mengemukakan bahwa keseimbangan yang tepat antara eksplorasi dan eksploitasi sangat penting untuk memastikan keberhasilan usaha. Pembelajaran kewirausahaan didefinisikan sebagai berbagai proses pengalaman dan kognitif yang digunakan untuk memperoleh, mempertahankan, dan menggunakan pengetahuan kewirausahaan (Young and Sexton 1997). Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dinyatakan bahwa kemampuan untuk belajar merupakan prioritas utama bagi organisasi untuk dapat bersaing dengan efektif.

Program *Entrepreneur learning* dibentuk untuk menjembatani kesenjangan keterampilan di antara usaha kecil dan menengah (UKM) dengan prospek pertumbuhan riil (University of Newcastle, 2017). *Entrepreneur learning* diharapkan menjadi inkubator dan katalisator yang efektif untuk penciptaan lapangan kerja, pengembangan ekonomi dan pengentasan kemiskinan melalui pelatihan, penelitian, konsultasi, dan layanan lainnya di bidang pengembangan usaha (Lise Hunter and Lean 2018). *Entrepreneurial Learning* menjadi salah satu variasi proses eksperiensial dan kognitif yang digunakan untuk mendapatkan, mempertahankan dan menggunakan pengetahuan kewirausahaan (Ernest, Matthew, and Samuel 2015). Beberapa ahli mendefinisikan *Entrepreneurial Learning* sebagai proses belajar dalam kewirausahaan, belajar mengenali dan bertindak berdasarkan peluang yang ada, dan berinteraksi secara sosial untuk memulai, mengatur, dan mengelola usaha (Wang and Chugh 2015). Seorang wirausaha harus mampu melalui proses pembelajaran bahwa wirausahawan tumbuh, berkembang dan berubah, bagaimana cara untuk dapat memahami tantangan utama dalam berwirausaha (Williamson 2013). Pengetahuan yang diperoleh dari hasil pembelajaran inilah yang akhirnya akan memperkaya jiwa *entrepreneurship* individu.

Akumulasi pengetahuan baru yang diperoleh meningkatkan kemampuan mereka untuk terlibat dalam proses transformasi melalui evaluasi, penggunaan dan implementasi pengetahuan baru (Zahra, Shaker & George 2002). Selain itu, ketika perusahaan mengumpulkan lebih banyak pengetahuan dan pengalaman, mereka menjadi lebih efisien dalam menerapkan basis pengetahuan mereka dan dengan demikian, menghasilkan kegiatan yang lebih eksploitatif karena tergantung pada proses pembelajaran yang mendasarinya (pembelajaran eksploratif, transformatif, dan eksploitatif) (K. Z. Zhou and Wu 2010).

Inovasi sering menjadi dasar dibangun bisnis kewirausahaan karena menyediakan keunggulan kompetitif. Di sisi lain, tindakan kewirausahaan satu cara membawa inovasi ke pasar. Kinerja inovasi merupakan kunci untuk keunggulan kompetitif dalam lingkungan yang sangat bergejolak. Kinerja inovasi sebagai pendorong utama bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Kemampuan untuk berinovasi memiliki konsekuensi langsung bagi kemampuan untuk bersaing di tingkat individu, perusahaan, tingkat regional dan nasional. Nilai-nilai yang diciptakan oleh inovasi sering diwujudkan dalam cara-cara baru dalam melakukan

sesuatu atau produk baru dan proses yang berkontribusi terhadap kekayaan. Menurut Pateli dan Lioukas (2019), inisiatif kinerja inovasi terbuka perusahaan membutuhkan pengetahuan eksternal, mengintegrasikannya dengan pengetahuan yang ada di berbagai area fungsional, dan mengubahnya menjadi berbagai hasil inovasi. Hal ini dikarenakan pengetahuan eksternal adalah kumpulan informasi di luar batas perusahaan, itu termasuk informasi dari pelanggan, mitra, pemasok, pesaing, dan pemangku kepentingan lainnya. Oleh karena itu, kinerja inovasi terbuka perusahaan didasarkan pada pemanfaatan pengetahuan eksternal dan internal (McKelvie et al., 2018). Baik sumber eksternal maupun internal penting untuk inovasi (Rastrollo-Horrillo & Rivero Díaz, 2019). Dengan demikian, penting untuk mengidentifikasi hubungan antara pengetahuan eksternal, inovasi internal dan kinerja inovasi terbuka perusahaan.

Nilai-nilai yang diciptakan oleh inovasi diwujudkan dalam cara-cara baru dalam melakukan sesuatu atau produk baru dan proses yang berkontribusi terhadap kinerja pemasaran suatu produk. Islam sangat mendukung adanya inovasi dalam hal apapun terkecuali dalam rana Aqidah yang merupakan fondasi mutlak dan mengharuskan mengikuti petunjuk Nabi SAW. Inovasi melahirkan ide-ide dan strategi untuk mengembangkan usaha bisnis yang dimiliki. Dalam Islam, proses bermuamalah harus dilandasi dengan memberikan produk bisnis atau layanan jasa yang terbaik bagi konsumen. Inovasi merupakan sebuah proses yang sangat terorganisir, memiliki proses, prinsip, tipe, sumber, tujuan, dan siklus agar mencapai hasil produk / jasa yang lebih baik.

Islamic value yang didasarkan pada nilai tentang hubungan manusia dengan Tuhan dan nilai yang berhubungan dengan koherensi masyarakat (Carswell and Rolland 2007) keduanya membentuk sikap tertentu terhadap kewirausahaan (Dana 2011). Literatur mengenai hubungan antara agama Islam dan kewirausahaan masih sangat terbatas sehingga hal ini memberikan peluang penelitian yang masih sangat luas (Ramadani, Hisrich, and Gërguri-Rashiti 2015).

Konsep paradigma Tauhid terhadap kebijakan ekonomi dalam mendorong pertumbuhan industri halal, demi terciptanya kekayaan berkelanjutan menjadi hal yang sangat menarik untuk diteliti. Paradigma tauhid memberikan panduan pemikiran kebijakan ekonomi dengan mengandalkan prinsip-prinsip Alquran dan Sunnah dalam merumuskan dan menerapkan dasar dasar instrumen kebijakan (Ismail and Sarif 2011). Isa Dkk menguatkan dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa pemikiran tauhid dikembangkan untuk membantu memastikan tingkat pemahaman dan praktik kebijakan Tauhid berdasarkan pada pembuatan kebijakan, pelaksanaan dan evaluasi (Isa, Zulkifli, and Man 2020). Seiring berkembangnya system perekonomian dunia dan platform digital ekonomi maka semakin diperlukan prinsip berbasis tauhid sebagai landasan manusia dalam berkegiatan ekonomi bagi masyarakat. Paradigma tauhid menghubungkan semangat tauhid dengan fungsi manajemen. Allah S.W.T memberikan manusia sumber daya fisik dan spiritual sebagai amanah. Dalam masyarakat tauhid 5.0 yang berpusat pada manusia, semua peluang dan kemungkinan dimiliki secara setara untuk semua manusia.

Resources Based View menerangkan bahwa faktor utama seperti pengetahuan, keterampilan dan kapabilitas karyawan dalam menentukan kinerja

yang berkelanjutan bagi suatu perusahaan adalah sumber daya terpenting perusahaan (Barney, 1991). Sumber daya tak berwujud yang langka, berharga, dan unik adalah mesin untuk menciptakan serta mempertahankan kinerja bisnis. Karena sumber daya yang khas, perusahaan menjadi mampu memproduksi dan memberikan produk dan layanan yang inovatif dan berkualitas tinggi dan menciptakan perbedaan (Barney, 1991; Russo dan Fouts, 1997).

Knowledge management adalah proses untuk menangkap, menambah, membagikan, dan melepaskan pengetahuan yang diperoleh untuk meningkatkan nilai pengetahuan tersebut demi kemajuan organisasi (Gharakhani and Mousakhani 2012). Manajemen pengetahuan memiliki siklus hidup yang dikenal sebagai manajemen pengetahuan process, tidak hanya ada satu proses manajemen pengetahuan yang unik, tetapi beberapa model proses manajemen pengetahuan (Maheshwarkar and Sohani 2014). Empat proses pengetahuan: *knowledge generation* yang kemudian terbagi menjadi *knowledge creation* / penciptaan pengetahuan dan *knowledge acquisition* / akuisisi pengetahuan), *knowledge codification* (penyimpanan pengetahuan), *knowledge transfer* (berbagi pengetahuan), dan *knowledge application* (Hislop 2013).

Knowledge Acquisition, merupakan kemampuan organisasi dalam menyaring informasi dan ide-ide yang bersumber dari lingkungan. Salah satu proses dalam manajemen pengetahuan adalah akuisisi pengetahuan / *knowledge acquisition*.

Indicator knowledge acquisition yang dikembangkan Kaba dan Rumaniah adalah *Inquiry and Reflection, Professional learning based on experience, Collaborative knowledge sharing* (Kaba and Ramaiah 2020), kemudian Renko et al menambahkan unsur *Enhancing the depth of knowledge*, dan *Enhancing the speed of product development* (Yli-Renko, Autio, and Sapienza 2001). *Knowledge acquisition* disimpulkan sebagai suatu proses menyaring, menstrukturkan dan mengorganisasikan pengetahuan yang berasal dari sumber-sumber pengetahuan dan diubah oleh *knowledge engineering* ke dalam basis pengetahuan, dan alat dengan menggunakan kecerdasan buatan.

Kecerdasan intelektual adalah kecerdasan yang digunakan untuk mengukur kemampuan analisis dan kemampuan kognitif. Pengukuran kecerdasan intelektual disebut *intelligence quotient* (IQ) (Reinaldo et.al 2022). Kemampuan (ability) adalah kapasitas seorang individu untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan atau jabatan. Ada dua jenis kemampuan individu yaitu kemampuan rohani (mental) dan kemampuan jasmani (fisik). Kemampuan rohani dapat dibagi menjadi tiga jenis yaitu kemampuan intelektual (kecerdasan akademik), kecerdasan emosional, dan kecerdasan spiritual. Kemampuan rohani adalah kemampuan yang diperlukan untuk mengerjakan kegiatan rohani. Kecerdasan intelektual adalah kemampuan kognitif (kognitif) atau pikiran yang diperlukan untuk mengerjakan kegiatan rohani. Kemampuan emosi adalah kemampuan perasaan (*feeling*) yang diperlukan untuk mengerjakan kegiatan rohani (mental).

Konsep *Self-efficacy* merupakan konsep yang diturunkan dari *Intelligence Theory* dengan pendekatan *Emotional Quotient* yang dikembangkan oleh Daniel Goleman (1996). *Self-efficacy* merupakan wujud kepercayaan individu akan kemampuannya untuk sukses dalam melakukan sesuatu, menguasai situasi dan menghasilkan sesuatu yang menguntungkan. Kemudian konsep *Self-efficacy*

diindikasikan dengan beberapa indikator yaitu *corrective feedback*, *mastery experience*, *vicarious learning*, *challenging situation as resilience* dan *forethought*. *Knowledge Acquisition* merupakan konsep yang diturunkan dari *Resources Based Theory* (Barney 1991) dengan pendekatan konsep *Knowledge management*. Pendekatan konsep *knowledge management* menjelaskan bahwa kemampuan organisasi dalam menyaring informasi dan ide-ide yang bersumber dari lingkungan merupakan cara organisasi untuk mengembangkan dan menciptakan sumberdaya perusahaan. Sintesa *Knowledge acquisition* yang diturunkan dari *theory Resources Based Theory* dengan pendekatan *knowledge management*, serta *self-efficacy* yang diturunkan dari *Intelligence theory* dengan pendekatan *Emotional Quotient* melahirkan konsep baru *Knowledge Acquisition Efficacy*.

Dari penggabungan dua pendekatan teori diatas, terbentuk konsep baru ***Knowledge Acquisition Efficacy*** dengan indikator yang terkandung didalamnya merupakan penggabungan dari integrasi praktek *knowledge management* dan *intelligence theory* dengan pendekatan *self-efficacy* dan *knowledge acquisition* adalah :

1. *Sharpening corrective feedback*, yaitu perasaan yakin untuk mempertajam umpan balik korektif.
2. *Deepening learning skills*, yang merupakan Keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami.
3. *Intensifying vicarious learning*, keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Alquran).
4. *Broadening new knowledge exposure*, menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru
5. *Quickens knowledge exchange processes*, keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan

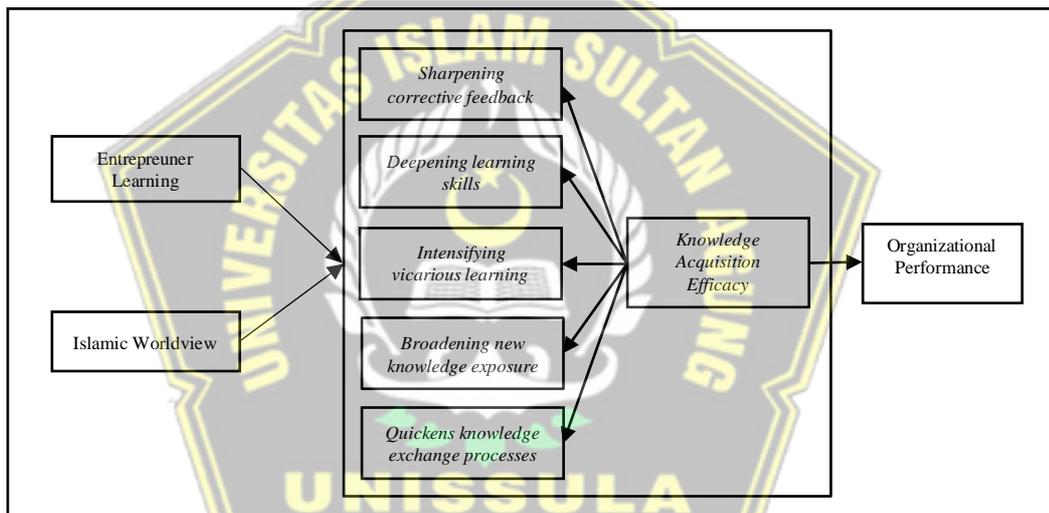
Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Knowledge Acquisition Efficacy* adalah merupakan Keyakinan atas kemampuan diri yang dapat diandalkan, optimis dalam menghadapi tantangan dan rasa ingin tahu yang tinggi sejauh menggunakan kualitas pengetahuan dalam proses berpikir dan berperilaku. *Knowledge Acquisition Efficacy* diindikasikan dengan perasaan yakin untuk mempertajam umpan balik korektif, Keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami, keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Alquran), menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru dan keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan.

Proposisi Konsep *Knowledge Acquisition Efficacy*

Pembelajaran *entrepreneur* yang dilakukan UKM dengan peran *tawhidic paradigm* akan mendukung perilaku *Knowledge Acquisition Efficacy*.

Proposisi 1:

Knowledge Acquisition Efficacy merupakan Keyakinan atas kemampuan diri yang dapat diandalkan, optimis dalam menghadapi tantangan dan rasa ingin tahu yang tinggi sejauh menggunakan kualitas pengetahuan dalam proses berpikir dan berperilaku. *Knowledge Acquisition Efficacy* diindikasikan dengan perasaan yakin untuk mempertajam umpan balik korektif, Keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami, keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Alquran), menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru dan keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan. *Knowledge Acquisition Efficacy* yang didukung oleh *Entrepreneur Learning* serta *Islamic Worldview* akan berpotensi meningkatkan *Organizational Performance*.



Dikembangkan dalam penelitian ini, 2021

Gambar 1. Proposisi 1: Knowledge Acquisition Efficacy

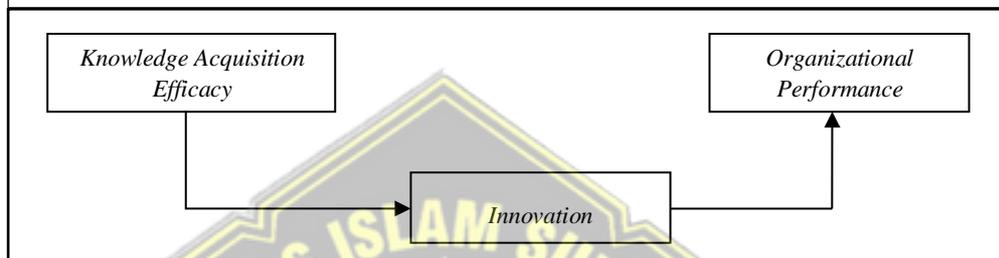
Proposisi 1 pada Gambar 1 menunjukkan bahwa meningkatnya *Knowledge Acquisition Efficacy* dipicu oleh *Entrepreneur Learning* dan *Islamic Worldview* sehingga berpotensi meningkatkan *Organizational Performance*.

Perilaku inovatif dapat dilihat sebagai proses motivasi dan kognitif dari individu karyawan atau sekelompok karyawan, yang dinyatakan dalam kegiatan tertentu (Knol and Van Linge 2009). Perilaku inovatif / *innovative behaviour* dapat digambarkan sebagai perilaku yang diarahkan pada subyek yang disengaja, promosi dan implementasi ide-ide baru, proses, produk atau prosedur dalam peran, kelompok atau organisasi (Cangialosi, Odoardi, and Battistelli 2020). Jenis perilaku organisasi ini merupakan inti dari keseluruhan proses inovasi. Bahkan, hal ini dipicu oleh ide-ide individu yang hanya kemudian dapat dikembangkan dan dipromosikan di tingkat organisasi lain sehingga perilaku kerja yang inovatif dianggap sebagai salah satu faktor terpenting dalam mengatasi masalah yang muncul (Hughes et al. 2018; J. P. J. De Jong and Den Hartog 2007).

Knowledge Acquisition Efficacy yang dimiliki oleh pemilik UKM akan mendorong inovasi sehingga dapat meningkatkan *organizational performance*.

Proposisi 2:

Keyakinan atas kemampuan diri yang dapat diandalkan, optimis dalam menghadapi tantangan dan rasa ingin tahu yang tinggi sejauh menggunakan kualitas pengetahuan dalam proses berpikir dan berperilaku akan meningkatkan *Innovation* dan berpotensi meningkatkan *Organizational Performance*, *Knowledge Acquisition Efficacy* akan meningkatkan *Innovation* dan berpotensi meningkatkan *Organizational Performance*.

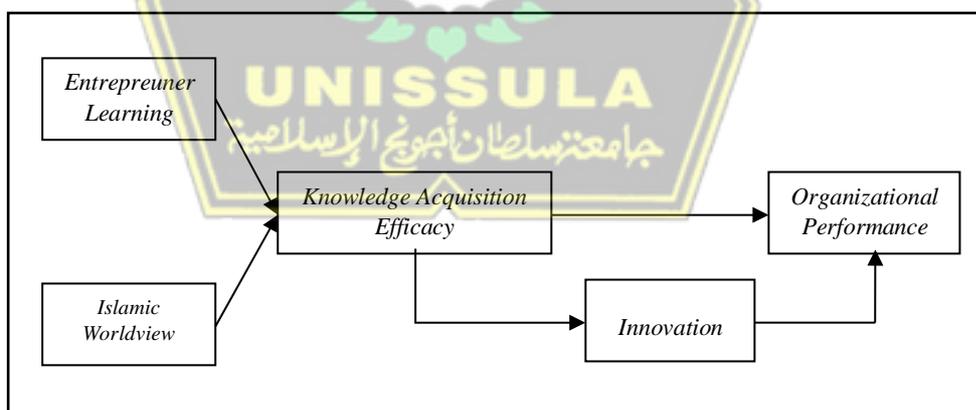


Dikembangkan dalam penelitian ini, 2021

Gambar 2 Proposisi 2: Innovation

Dalam penelitian ini proposisi ke 2 (dua) pada gambar 2 menunjukkan bahwa meningkatnya *Innovation* dipicu oleh *Knowledge Acquisition Efficacy* dan berpotensi meningkatkan *Organizational Performance*.

Integrasi proposisi 1 tentang *Knowledge Acquisition Efficacy* dan proposisi 2 *Innovation* membentuk model teoritikal dasar yang disajikan dalam gambar 3 dibawah ini :



Dikembangkan dalam penelitian ini, 2021

Gambar 3 Model Teoritikal Dasar Knowledge Acquisition Efficacy

Dilihat pada Gambar 3 *Knowledge Acquisition Efficacy* berpotensi mewujudkan *Innovation* serta *Organizational Performance*. Bila *Entrepreneur Learning* dan *Islamic Worldview* mampu menghasilkan *Knowledge Acquisition Efficacy* yang baik akan memberi dampak pada pencapaian *Organizational Performance*.

Definisi *Entrepreneur learning* tidak secara jelas ditetapkan (Lise Hunter and Lean 2018). Pendekatan untuk *entrepreneur learning* sebagian besar tidak sistematis dan tidak sesuai dengan variabel lintas institusi dan dalam aspek psikologis (Varblane and Mets 2010). Evaluasi *entrepreneur learning* dinilai tidak konsisten, mulai dari niat wirausaha sebagai indikator efektivitas (Fayolle, Gailly, and Lassas-Clerc 2006), basis sumber daya motivasi dalam diri peserta pembelajaran, sifat kewirausahaan, kompetensi dan keterampilan manajerial (Isaacs et al. 2007). Pembelajaran eksploratif dan eksploitatif adalah jenis pembelajaran utama untuk memahami apa dan bagaimana wirausahawan lakukan pada proses pembelajaran. Meskipun kedua jenis pembelajaran ini dapat terjadi di setiap organisasi, perusahaan wirausaha lebih rentan terhadap tingkat pembelajaran eksploratif daripada perusahaan non-wirausaha, karena mereka sering beroperasi di lingkungan yang tidak pasti (Lise Hunter and Lean 2018). Proses pembelajaran yang terkait dengan pengembangan pengetahuan yang ada dan membangun pengetahuan baru, dan kemudian membedakan kegiatan ini sebagai pembelajaran eksploitatif dan eksploratif. Eksploitasi mengacu pada efisiensi penggunaan aset kognitif, sedangkan eksplorasi mengacu pada pengembangannya (Brouwer and Bradlow 2015).

Eksploitasi pada dasarnya adalah proses memperoleh kompetensi dengan mengadopsi, sintesis dan menerapkan pengetahuan yang sudah ada (Zhang, Xiao, and Gao 2019). Hal ini membutuhkan pengetahuan yang telah diciptakan dan diinternalisasi untuk digunakan dan menciptakan kehandalan dalam pengalaman. Eksploitasi mengacu pada penerapan pengetahuan eksternal untuk memperbaiki produk yang sudah ada organisasi dan meningkatkan prosesnya (Wensley et al. 2011)

Eksplorasi pengetahuan dimulai dengan pencarian, variasi, mengambil risiko, percobaan, dan inovasi, dan adalah tahap di mana praktek-praktek baru diperkenalkan (Lavie, Stettner, and Tushman 2010). Organisasi dapat mendorong eksplorasi pengetahuan dengan pertemuan formal, pertemuan informal dan berinteraksi dan bekerja sama untuk pencapaian tujuan tertentu (Cegarra-navarro 2005). Eksplorasi pengetahuan seringkali diperlukan untuk mengeksplorasi kemampuan baru, dan juga meningkatkan pengetahuan dasar yang sudah ada organisasi (Abebe and Angriawan 2014). Oleh karena itu pembelajaran organisasional merupakan inti dari kegiatan eksplorasi adalah menciptakan berbagai pengalaman yang berhubungan dengan memperluas pengetahuan. Kegiatan eksplorasi tersebut termasuk mencari norma organisasi baru, rutinitas, struktur, dan system, bereksperimen dengan pendekatan baru terhadap teknologi, proses bisnis, atau pasar, berinovasi dan mengadopsi orientasi jangka panjang, dan mempertimbangkan kembali keyakinan yang ada dan keputusan (Mom et al. 2007). Jadi eksplorasi merupakan prasyarat untuk eksploitasi, tetapi manfaat eksplorasi juga tergantung pada jumlah pengetahuan yang telah akumulasi dan belajar melalui eksploitasi (rutinitas misalnya aturan dan prosedur).

Pembelajaran *eksplorasi* disimpulkan sebagai kemampuan untuk mengeksplorasi strategi pertumbuhan pengembangan produk. Indikator *Eksplorasi* mencakup hal-hal yang dihasilkan dari proses, fokus pada penemuan ilmu dan informasi (*Focus on discovery*), memberlakukan pengetahuan dan konsep baru

dengan tehnik baru (*Enactment*), interpretasi ilmu dan pengetahuan untuk menghasilkan produk baru (*Interpretation to generate*), dan mencari variasi pengetahuan dengan berbagai macam cara untuk menghasilkan produk yang baik (*Variance seeking learning*) (Wang, C. L. & Chugh, H, 2015).

Entrepreneur learning diharapkan menjadi inkubator dan katalisator yang efektif untuk penciptaan lapangan kerja, pengembangan ekonomi dan pengentasan kemiskinan melalui pelatihan, penelitian, konsultasi dan layanan lainnya di bidang pengembangan usaha (L Hunter and Lean 2018). *Entrepreneur learning* adalah proses pengembangan berdasarkan pembelajaran seumur hidup dengan menyediakan pembelajaran keterampilan dasar lainnya dan memotivasi siswa untuk belajar (Cismas, 2017).

Perbedaan orientasi kewirausahaan individu dan karakteristik situasional terkait dengan promosi dan orientasi tujuan karir pada gilirannya memotivasi individu untuk mendekati dan menghindari karir potensial dalam pekerjaan berbayar atau sebagai pengusaha (Dou et al. 2020). *Entrepreneurship learning* telah ditemukan sebagai salah satu factor penting dalam mendorong dan mengembangkan jiwa, *passion* dan perilaku wirausaha (Khadijah et al. 2017). *Entrepreneurship learning* memberikan pengaruh yang *significant* terhadap ketertarikan seseorang terhadap *entrepreneurship* (Khadijah et al. 2017). *Entrepreneurship learning* secara signifikan telah mempengaruhi motivasi seseorang (Karimi et al. 2016).

Beberapa penelitian yang berbeda telah mengintegrasikan sudut pandang modal sosial dan pembelajaran organisasi untuk menemukan bagaimana mereka dapat mempengaruhi mentransfer pengetahuan perusahaan, mengakses sumber daya pengetahuan baru dan keberhasilan kompetitif perusahaan (Karimi et al. 2016). Pembelajaran eksplorasi dan eksploitasi yang dilakukan memperkuat keterampilan dan kemampuan memecahkan masalah anggota organisasi dan mendorong mereka untuk mencari pengetahuan baru (Chegini 2018). Pembelajaran eksplorasi dan eksploitasi dihasilkan dari bertukar orang satu sama lain atau menggabungkan sumber daya yang ada dan meningkatkan identifikasi dan memperoleh pengetahuan baru (Chegini 2018).

Ketika wirausahawan terlibat dalam lebih banyak eksplorasi untuk mengidentifikasi peluang baru dan membantu mereka menunjukkan keunikan mereka sendiri dan menunjukkan tingkat efikasi diri yang tinggi (Markowska and Wiklund 2020). Paradigma Tauhid dalam kewirausahaan diimplikasikan sebagai sebuah pengaruh hukum, norma dan nilai-nilai etika pada kewirausahaan yang mendorong dan memperkuat kebaikan (*al makruf*) dan menghindari kejahatan (*al munkar*) (Azan, Sarif, and Ismail 2019). Di dalamnya termasuk kebaikan (*khayr*), kebenaran (*birr*) dan halal (halal) yang pantas mendapat pahala positif (*ajr*) (Ismail and Sarif 2011).

Berdasarkan tanggapan informan mengenai faktor keharmonisan dalam hubungannya dengan paradigma Tauhid, aspek penting yang menghubungkan antara pengusaha UKM dan masyarakat adalah Representasi perseptual yang dicirikan sebagai umat yang selalu menjalankan perintahNya dan menjauhi laranganNya (*Mental Imagery*), memanfaatkan akal dan pikiran yang telah di karuniakan kepadanya untuk sebaik baik manfaat (*Thinking*), dan Visualisasi dari

nilai nilai Islam dalam perilaku individu (*Mental Visualization*) (Azan, Sarif, and Ismail, 2019). *Tawhidic paradigm* mengintegrasikan kemampuan dan faktor sosial para pengusaha dan berasimilasi ke dalam pendekatan Islam yang mengangkat ibadah kepada Allah.

Knowledge memiliki kekuatan yang cukup besar untuk meningkatkan jejaring sosial, dalam hal ini perusahaan memiliki kekuatan untuk membangun ikatan jaringan dengan koneksi internal dan eksternal untuk mempertahankan pertumbuhan dan bertahan hidup (Cegarra-Sánchez et al. 2020). *Self-motivation* berfungsi untuk menjaga integritas jaringan hubungan sosial seseorang (Prendergast and Thomsen 2017). Keterlibatan seseorang dengan digital media dipengaruhi oleh *Self-motivation*, karena mendukung kepuasan dasar kebutuhan psikologis (Peters, Calvo, and Ryan 2018). Temuan penelitian yang menggambarkan pengaruh motivasi dalam merangsang minat dan menghasilkan aktivitas berkelanjutan yang terkait dengan jejaring menunjukkan bahwa motivasi wirausahawan memiliki peran penting dalam pembentukan jejaring (Solesvik, Iakovleva, and Trifilova 2019).

Menurut Pateli dan Lioukas (2019), inisiatif kinerja inovasi terbuka perusahaan membutuhkan pengetahuan eksternal, mengintegrasikannya dengan pengetahuan yang ada di berbagai area fungsional, dan mengubahnya menjadi berbagai hasil inovasi. Oleh karena itu, kinerja inovasi perusahaan didasarkan pada pemanfaatan pengetahuan eksternal dan internal (McKelvie et al., 2018). Baik sumber pengetahuan eksternal maupun internal penting untuk inovasi (Rastrollo-Horrillo & Rivero Díaz, 2019). Dengan demikian, penting untuk mengidentifikasi hubungan antara pengetahuan dan kinerja inovasi terbuka perusahaan. *Knowledge Acquisition Efficacy* yang merupakan penggabungan dari integrasi *knowledge management* dengan pendekatan *knowledge Acquisition*; dan *intelligence theory* dengan pendekatan *self-efficacy* akan meningkatkan kemampuan UKM dalam meraih *innovative behaviour*. Dampak positif dan signifikan dari modal intelektual pada kinerja UKM dapat membantu pengusaha, pembuat kebijakan dan manajer untuk lebih memahami pentingnya mengkapitalisasi aset tak berwujud untuk menciptakan daya saing di pasar (Khalique et al. 2018). Setiap dimensi kemampuan pengetahuan memiliki efek positif pada kinerja (Deng 2006). Aplikasi pengetahuan ditemukan sebagai dimensi yang paling signifikan berkorelasi dengan kinerja proses *outsourcing* bisnis. Seluruh proses manajemen pengetahuan sangat penting untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Kimaiyo, Kapkiyai, and Sang. 2015). Pengetahuan merupakan alat yang efektif untuk meningkatkan kinerja karena memberikan keuntungan kompetitif bagi organisasi yang sulit ditiru oleh pesaing mereka (Ha, Lo, and Wang 2016).

Perusahaan disarankan untuk menerapkan manajemen pengetahuan secara terus menerus dengan menciptakan pengetahuan baru, mengubah pengetahuan menjadi strategi baru, belajar dari pengalaman sebelumnya, dan melindungi pengetahuan mereka untuk mencapai kinerja yang lebih baik. *Self-efficacy* menciptakan pengetahuan, dan niat untuk berbagi pengetahuan sangat penting untuk mengikat jejaring yang berkualitas bagi organisasi (Kim, Dar-Nimrod, and MacCann 2018). Organisasi harus memastikan SDM memiliki kapasitas daya serap yang cukup untuk menerima pengetahuan sehingga dapat meningkatkan

kinerjanya dengan pengetahuan barunya tersebut (Mills and Smith 2011) Bagaimana pengetahuan dapat mempengaruhi kinerja adalah tergantung pada seberapa besar pengetahuan tersebut dapat diterima dan dipelajari (McIver, Fitzsimmons, and Lengnick-Hall 2019) sedangkan (Masa'deh et al. 2016) menyatakan bahwa penerapan yang baik akan mampu meningkatkan kinerja.

Innovative Behaviour

Inovasi adalah tujuan yang diinginkan bagi perusahaan modern yang sukses, namun karena inovasi relatif sulit dicapai tetapi dianggap bernilai tinggi, dalam banyak hal dapat dikatakan mewakili versi modern dari kata Yunani 'Eureka' (yang berarti, *I've found it*). *Innovative behaviour* memiliki berbagai konsekuensi yang diinginkan bagi suatu organisasi dan menimbulkan sejumlah risiko bagi karyawan termasuk mengharuskan organisasi untuk mengatasi resistensi terhadap perubahan dan berpotensi meningkatkan beban kerja mereka saat perubahan diterapkan (Bednall et al. 2018).

Hasil yang dihasilkan dari analisis dampak inovasi terhadap kinerja perusahaan dalam penelitian (Rizki et al., 2019) menyatakan bahwa perilaku inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Oleh karena itu, perusahaan yang inovatif harus mendorong karyawan untuk menjadi inovatif untuk memaksimalkan pengaruh kinerja inovatif terhadap kinerja organisasi. Studi (Olayemi et al., 2020) menetapkan bahwa perusahaan manufaktur harus melibatkan kemampuan untuk memahami ide baru untuk memanfaatkan perubahan dalam lingkungan bisnis dan mengintegrasikan inovasi ke dalam strategi perusahaan untuk meningkatkan kinerja. Berdasarkan pembahasan teoritis di atas.

Kinerja UKM

Kinerja didefinisikan sebagai refleksi dari pencapaian keberhasilan perusahaan yang dapat dijadikan sebagai hasil yang telah dicapai dari berbagai aktivitas yang dilakukan (Dickel and Moura 2016). Kinerja merupakan apa yang dilakukan dan tidak dilakukan karyawan (Lodhi et al. 2017). Kinerja tidak hanya berkaitan dengan keseluruhan organisasi tetapi juga bagian dalam organisasi termasuk aktivitas, proses serta individu karyawan (Latino et.al, 2019).

Kinerja merupakan sesuatu yang dapat diukur, baik diukur menggunakan angka atau menggunakan sebuah ekspresi yang memungkinkan terjadinya komunikasi (Khalid, Islam, and Ahmed 2019). Kinerja berarti berupaya, sesuai dengan maksud tertentu, untuk menghasilkan sesuatu (Carmeli and Tishler 2004). Di dalam Al- Qur'an di bahas mengenai kinerja dalam QS. Al- Ahqaaf ayat 19 sebagai berikut:

وَلِكُلِّ دَرَجَةٍ مَّا عَمِلُوا وَرَبُّهُمُ
وَلَهُمْ أَجْرٌ أَوْ كَفَرَ وَهُمْ لَا يُظَلَّمُونَ ٩١

“19. Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan”

Seorang muslim hendaknya memiliki orientasi terhadap pencapaian hasil “*hasanah fi addunya dan hasanah fi al-akhirah*”, dan memiliki karakter *Al-Qawiyy* yaitu *reliability*, dapat diandalkan, memiliki kekuatan fisik dan mental, dan Al Amin yaitu integritas jujur atau dapat memegang amanah. Seorang muslim yang berkarakter islami memiliki ciri sebagai pekerja keras yaitu sifat pantang menyerah, terus mencoba sampai memperoleh keberhasilan. Serta memiliki ciri kerja dengan cerdas yaitu dia memiliki pengetahuan dan ketrampilan, perencanaan yang matang, dan memanfaatkan sumber daya yang ada sesuai dengan fungsinya. Bekerja dengan baik dan sungguh – sungguh serta mencapai hasil sesuai dengan apa yang telah direncanakan, sesuai dengan tujuan organisasi.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah “*Explanatory Research*” atau penelitian yang bersifat menjelaskan hubungan antar variable penelitian dengan menguji hipotesis uraiannya mengandung deskripsi tetapi fokusnya terletak pada hubungan antar variable. Populasi pada studi ini adalah pengelola atau pemilik UKM *Fashion* Busana Muslim di Provinsi Jawa Tengah yang jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti karena jumlah UKM *fashion* selalu berubah-ubah dari waktu ke waktu. Data yang pasti untuk UKM *Fashion* hingga saat ini masih belum ditemukan, beberapa instansi pemerintah seperti Disperindag Provinsi Jawa Tengah dan BPS belum menyediakan data yang valid mengenai jumlah UKM *Fashion* di Provinsi Jawa Tengah. Untuk mendapatkan data responden yang akan dijadikan sampel dengan menggunakan teknik *Snowbal Sampling* yakni dengan mengambil satu responden UKM *Fashion* Busana Muslim melalui hubungan keterkaitan dari satu orang dengan orang lain, kemudian mencari hubungan selanjutnya melalui proses yang sama. Teknik ini diambil karena responden UKM *Fashion* tersebar luas di masing-masing Kabupaten / Kota dan data atau informasi mengenai alamat usaha kecil tersebut sangat sulit untuk didapatkan.

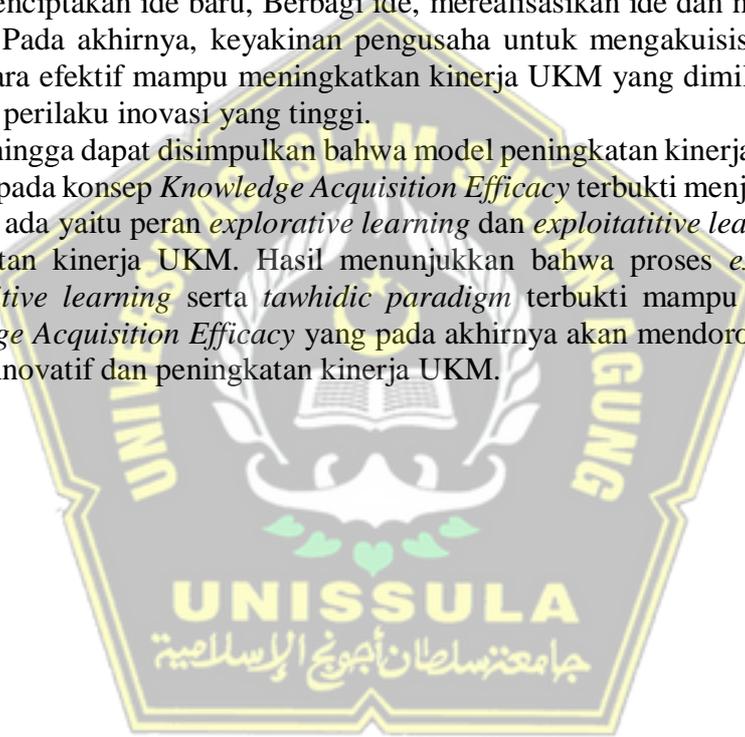
Kemudian metode pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling* artinya mengambil sampel berdasarkan karakteristik tertentu, yakni 1). UKM *Fashion* minimal telah beroperasi selama 3 tahun, 2). Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,- 3). Memiliki karyawan minimal 20 orang 4). Beragama Islam dan 5). Bersedia memberikan informasi. Jumlah sampel (*sample size*) mengacu pendapat Hair dkk (1995) yang menyatakan bahwa jumlah sampel adalah parameter yang diestimasi dikalikan 5 sampai 10 atau minimal 100 responden. Oleh karena itu dalam penelitian ini jumlah parameter yang akan diestimasi pada studi ini adalah 8×31 parameter = 248. Maka agar generalisasi lebih optimal sample studi ini sebesar 250 responden. Pemilihan responden pada kota tersebut didasarkan pada daerah-daerah yang merupakan potensi UKM *Fashion* yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat secara luas. sebaran jumlah sampel berbeda-beda di dasarkan pada asumsi bahwa kota yang pertumbuhan UKM *Fashion* tinggi diambil sampel dengan jumlah sampelnya banyak dan begitu sebaliknya kota yang pertumbuhan UKM *Fashion* rendah diambil dengan jumlah sampelnya sedikit.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa untuk mewujudkan Kinerja UKM dibangun oleh perasaan yakin seorang pengusaha untuk selalu

menjadikan umpan balik dari pihak manapun sebagai upaya untuk memperbaiki diri (korektif), memiliki keyakinan diri untuk memperdalam ketrampilan belajar, semakin berani dan yakin untuk mengintensifkan berbagai macam cara pembelajaran. Keyakinan pengusaha untuk mengakuisisi pengetahuan yang dimilikinya dipicu oleh proses pembelajaran eksplorasi dan eksploitasi yang diwarnai dengan paradigma tauhid.

Kemudian, Keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami, keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Alquran), menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru dan keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan terbukti dapat mendorong pengusaha untuk merasa yakin dalam menciptakan ide baru, Berbagi ide, merealisasikan ide dan mengeksplorasi peluang. Pada akhirnya, keyakinan pengusaha untuk mengakuisisi pengetahuan akan secara efektif mampu meningkatkan kinerja UKM yang dimilikinya dengan memiliki perilaku inovasi yang tinggi.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa model peningkatan kinerja UKM dengan berpusat pada konsep *Knowledge Acquisition Efficacy* terbukti menjawab *research gap* yang ada yaitu peran *explorative learning* dan *exploitativive learning* terhadap peningkatan kinerja UKM. Hasil menunjukkan bahwa proses *explorative* dan *exploitativive learning* serta *tawhidic paradigm* terbukti mampu meningkatkan *Knowledge Acquisition Efficacy* yang pada akhirnya akan mendorong terciptanya perilaku inovatif dan peningkatan kinerja UKM.



DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Kata Pengantar	v
Abstrak	viii
<i>Abstract</i>	x
Intisari	xii
Daftar Isi.....	xxiv
Daftar Tabel.....	xxvii
Daftar Gambar	xxix
BAB I PENDAHULUAN	1
Latar Belakang Masalah.....	2
<i>Research Gap</i>	12
Fenomena Bisnis.....	15
Rumusan Masalah.....	21
Tujuan Penelitian	22
Manfaat Penelitian	22
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	24
<i>Knowledge Management</i> dengan pendekatan <i>Knowledge Acquisition</i> ... 25	
<i>Knowledge Acquisition</i>	27
<i>Knowledge</i> dalam Islam	30
<i>Intelligence Theory</i>	33
<i>Dimensi Intelligence Theory</i>	36
<i>Self-Efficacy</i>	38
<i>Conceptual Mapping Knowledge Acquisition Efficacy</i>	41
Pengembangan Proposisi dari konsep <i>Knowledge Acquisition Efficacy</i> 43	
Proposisi Konsep <i>Knowledge Acquisition Efficacy</i>	46
<i>Entrepreuner Learning</i>	48
<i>Exploitative Learning</i>	52

<i>Exploratory Learning</i>	54
<i>Islamic Worldview</i>	57
<i>Tawhidic Paradigm</i>	58
<i>Knowledge Acquisition Efficacy</i>	63
<i>Innovative Behaviour</i>	65
Kinerja UKM.....	68
BAB III METODE PENELITIAN	71
Jenis Penelitian	72
Sumber Data.....	72
Metode Pengumpulan Data	73
3.4 Responden.....	73
Variabel dan Indikator	75
Teknik Analisis Data	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	88
Identitas Responden.....	89
Deskripsi Variabel	94
<i>Exploitative Learning</i>	95
<i>Exploratory Learning</i>	98
<i>Tawhidic Paradigm</i>	101
<i>Knowledge Acquisition Efficacy</i>	104
<i>Innovative Behaviour</i>	107
Kinerja UKM.....	109
Uji Asumsi	112
Uji Validitas dan Reliabilitas Data	117
Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	120
Pengujian Hipotesis	124
Ringkasan Hipotesis	131
Pembahasan.....	133
BAB V KESIMPULAN	144
Kesimpulan Rumusan Masalah	145
Kesimpulan Hipotesis	148

BAB VI IMPLIKASI DAN AGENDA PENELITIAN MENDATANG	149
Implikasi Teoritis.....	150
Implikasi Manajerial.....	153
Keterbatasan Penelitian.....	154
Agenda Penelitian Mendatang.....	156

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ikhtisar <i>Research Gap</i>	12
Tabel 1. 2 Data UKM.....	16
Tabel 1. 3 Grafik Nilai Pengeluaran Produk <i>Fashion</i>	18
Tabel 2. 1 <i>State of The Art Knowledge Management</i>	28
Tabel 2. 2 Integrasi Indikator	44
Tabel 2. 3 <i>State of The Art Entrepreneur Learning</i>	51
Tabel 3. 1 Jumlah Sampel	75
Tabel 3. 2 Variabel dan Indikator Penelitian.....	76
Tabel 3. 3 Indeks pengujian kelayakan model	87
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden	89
Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif <i>Exploitative Learning</i>	95
Tabel 4. 3 Persepsi Responden dan Temuan Penelitian <i>Exploitative Learning</i>	96
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif <i>Exploratory Learning</i>	98
Tabel 4. 5 Persepsi Responden dan Temuan Penelitian <i>Exploratory Learning</i>	99
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif <i>Tawhidic Paradigm</i>	101
Tabel 4. 7 Persepsi Responden dan Temuan Penelitian <i>Tawhidic Paradigm</i>	102
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif <i>Knowledge Acquisition Efficacy</i>	104
Tabel 4. 9 Persepsi Responden dan Temuan Penelitian <i>Knowledge Acquisition Efficacy</i>	105
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif <i>Innovative Behaviour</i>	107
Tabel 4. 11 Persepsi Responden dan Tamuan Penelitian <i>Innovative Behaviour</i>	108
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Kinerja UKM	110
Tabel 4. 13 Persepsi Responden dan Temuan Penelitian Kinerja UKM	110
Tabel 4. 14 Uji Normalitas Data	112
Tabel 4. 15 <i>Univariate Outliers</i>	114
Tabel 4. 16 Hasil Uji <i>Outlier</i> dengan <i>Mahalanobis Distance</i>	115
Tabel 4. 17 <i>Multikolineritas</i> dan <i>Singularitas</i>	116
Tabel 4. 18 Uji <i>Reliabilitas</i> dan <i>Variance Extract</i>	119

Tabel 4. 19 <i>Standardized Regresion Weight (Loading Factor)</i>	120
Tabel 4. 20 <i>Standardized Regresion Weight (Loading Factor)</i>	122
Tabel 4. 21 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Full Model SEM</i>	123
Tabel 4. 22 Hasil Uji Hipotesis Berbasis SEM	125



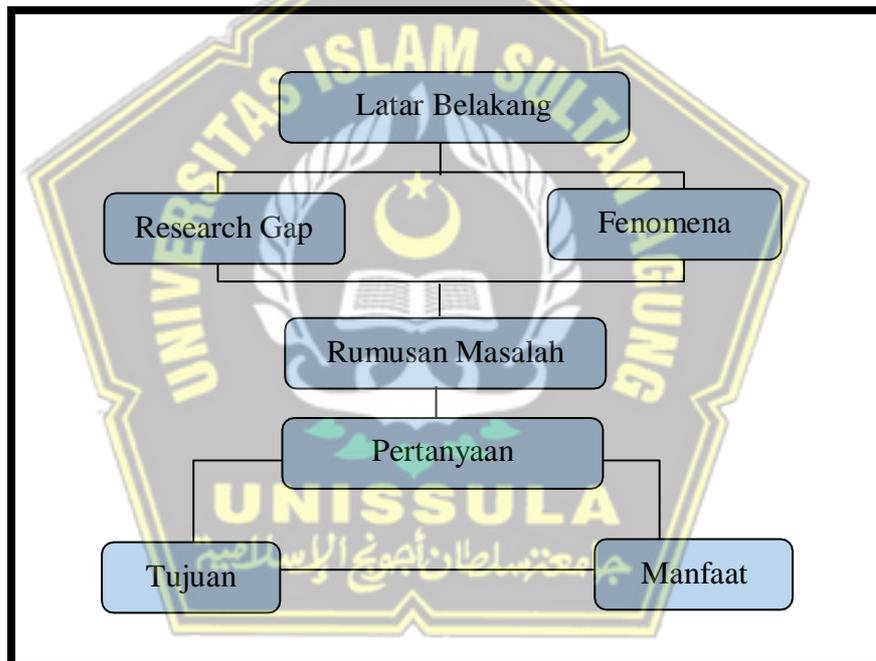
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Alur Bab I Pendahuluan.....	1
Gambar 2. 1 Alur Kajian Pustaka.....	24
Gambar 2. 2 <i>Knowledge Management</i> dengan pendekatan <i>Knowledge Acquisition</i>	32
Gambar 2. 3 <i>Intelligence Theory</i> dan dimensi <i>Emotional Quotient</i>	41
Gambar 2. 4 <i>Integrasi Konsep Knowledge Management dan Intelligence Theory</i> dengan pendekatan <i>Self-Efficacy</i>	42
Gambar 2. 5 Proposisi 1: <i>Knowledge Acquisition Efficacy</i>	46
Gambar 2. 6 Proposisi 2: <i>Innovation</i>	47
Gambar 2. 7 Model Teoritikal Dasar <i>Knowledge Acquisition Efficacy</i>	48
Gambar 2. 8 Model Empirik Penelitian.....	70
Gambar 3. 1 Alur BAB III Metode Penelitian.....	71
Gambar 3. 2 <i>Structure Equating Model</i>	82
Gambar 4. 1 Piktografis Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	88
Gambar 4. 2 Analisis Faktor Konfirmatory Antar Variabel Eksogen.....	120
Gambar 4. 3 Analisis Faktor Konfirmatory Antar Variabel Endogen.....	121
Gambar 4. 4 Full Model <i>Knowledge Acquisition Efficacy</i>	124
Gambar 4. 5 Pengaruh Model <i>Knowledge Acquisition Efficacy</i>	131
Gambar 5. 1 Sistematika Kesimpulan.....	144
Gambar 6. 1 Piktografis Bab Implikasi dan Agenda Penelitian Mendatang.....	149
Gambar 6. 2 Peran <i>Entrepreneur Learning</i> dan <i>Tawhidic Paradigm</i> Terhadap <i>Knowledge Acquisition Efficacy</i>	151
Gambar 6. 3 Peran <i>Knowledge Acquisition Efficacy</i> berbasis <i>Entrepreneur</i> <i>Learning</i> dan <i>Tawhidic Paradigm</i> terhadap Kinerja UKM.....	153

BAB I

PENDAHULUAN

BAB I Pendahuluan membahas latar belakang masalah yang merupakan integrasi masalah masalah penelitian, *research gap*, dan fenomena fenomena yang menjadi dasar perumusan masalah dan dirinci menjadi pertanyaan penelitian yang kemudian dijadikan alur: keterkaitan dan sistematika bahasan nampak seperti Gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Alur Bab I Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Keberadaan usaha kecil dan menengah (UKM) di tanah air kita merupakan bagian terbesar dalam perekonomian nasional dan menjadi indikator partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor kegiatan ekonomi. Pertumbuhan UKM sangat berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi daerah dengan perannya dalam pengurangan jumlah pengangguran, sehingga UKM di Indonesia memerlukan perhatian khusus agar dapat terus tumbuh dan mengembangkan usahanya.

Semangat UKM dalam berjuang dan melakukan cara-cara kreatif untuk terus bertahan di masa sulit selama pandemi mendorong munculnya kolaborasi dengan para pelaku pekerja kreatif. Pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) dituntut untuk menjadi lebih kreatif dalam menghasilkan desain-desain produk yang menarik. Desain merupakan salah satu unsur penting dalam kesuksesan pemasaran sebuah produk. desain juga menjadi sebuah komoditas yang memiliki nilai tinggi. pelaku UKM didorong untuk lebih kreatif dalam menghasilkan desain-desain menarik dan memiliki nilai tinggi dengan menggunakan aplikasi dan *software* yang kini banyak ditawarkan di media digital. Disinilah bagaimana para pelaku UKM dituntut untuk mampu mengakuisisi pengetahuan yang dimiliki dan pengetahuan baru yang diperoleh dari lingkungan eksternalnya untuk dapat mengikuti perubahan yang terjadi.

Menjalankan bisnis merupakan salah satu ikhtiar manusia dalam mendapatkan rezeki guna mencapai keberhasilan dan kebahagiaan dunia dan

akhirat, apabila dijalankan secara benar dan bersungguh-sungguh. Perjalanan bisnis seseorang beragam prosesnya, kadang naik kadang turun dengan berbagai kendala. Tipe kepribadian wirausaha yang menyebabkan keberhasilan usaha salah satunya adalah tipe *personal achiever* yaitu memiliki kebutuhan berprestasi, memiliki kebutuhan akan umpan balik, memiliki kebutuhan perencanaan dan penetapan tujuan (Miner and Mezias 1996). Wirausaha merupakan profesi yang masih dianggap remeh jika dibandingkan dengan menjadi PNS atau pegawai Bank, namun akhir-akhir ini ada konsensus luas di masyarakat bahwa kewirausahaan adalah proses yang kompleks dan dinamis (Rauch, Andreas; Wiklund, Johan; Lumpkin 2013). Studi terdahulu mencoba untuk memahami kewirausahaan sebagai "proses pembelajaran yang berkelanjutan" yang mengamati bahwa kewirausahaan merupakan hasil dari persepsi individu tentang peluang wirausaha dan kemampuannya untuk mengejar peluang yang ada (Rauch, Andreas; Wiklund, Johan; Lumpkin 2013).

Proses pembelajaran kewirausahaan (*entrepreneur learning*) merupakan proses eksplorasi pengetahuan di mana pengalaman ditransformasikan menjadi pengetahuan. (Levinthal 1989) mengemukakan bahwa keseimbangan yang tepat antara eksplorasi dan eksploitasi sangat penting untuk memastikan keberhasilan usaha. Pembelajaran kewirausahaan didefinisikan sebagai berbagai proses pengalaman dan kognitif yang digunakan untuk memperoleh, mempertahankan, dan menggunakan pengetahuan kewirausahaan (Young and Sexton 1997). Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dinyatakan bahwa

kemampuan untuk belajar merupakan prioritas utama bagi organisasi untuk dapat bersaing dengan efektif.

Program *Entrepreneur learning* dibentuk untuk menjembatani kesenjangan keterampilan di antara usaha kecil dan menengah (UKM) dengan prospek pertumbuhan riil (University of Newcastle, 2017). *Entrepreneur learning* diharapkan menjadi inkubator dan katalisator yang efektif untuk penciptaan lapangan kerja, pengembangan ekonomi dan pengentasan kemiskinan melalui pelatihan, penelitian, konsultasi, dan layanan lainnya di bidang pengembangan usaha (Lise Hunter and Lean 2018). *Entrepreneurial Learning* menjadi salah satu variasi proses eksperiensial dan kognitif yang digunakan untuk mendapatkan, mempertahankan dan menggunakan pengetahuan kewirausahaan (Ernest, Matthew, and Samuel 2015). Beberapa ahli mendefinisikan *Entrepreneurial Learning* sebagai proses belajar dalam kewirausahaan, belajar mengenali dan bertindak berdasarkan peluang yang ada, dan berinteraksi secara sosial untuk memulai, mengatur, dan mengelola usaha (Wang and Chugh 2015). Seorang wirausaha harus mampu melalui proses pembelajaran bahwa wirausahawan tumbuh, berkembang dan berubah, bagaimana cara untuk dapat memahami tantangan utama dalam berwirausaha (Williamson 2013). Pengetahuan yang diperoleh dari hasil pembelajaran inilah yang akhirnya akan memperkaya jiwa *entrepreneurship* individu.

Akumulasi pengetahuan baru yang diperoleh meningkatkan kemampuan mereka untuk terlibat dalam proses transformasi melalui evaluasi, penggunaan dan implementasi pengetahuan baru (Zahra, Shaker & George 2002). Selain

itu, ketika perusahaan mengumpulkan lebih banyak pengetahuan dan pengalaman, mereka menjadi lebih efisien dalam menerapkan basis pengetahuan mereka dan dengan demikian, menghasilkan kegiatan yang lebih eksploitatif karena tergantung pada proses pembelajaran yang mendasarinya (pembelajaran eksploratif, transformatif, dan eksploitatif) (K. Z. Zhou and Wu 2010).

Pengetahuan merupakan sumber daya utama dan sumber utama nilai untuk sebuah organisasi, kualitas pengetahuan membantu organisasi melakukan pekerjaan yang lebih baik, mengembangkan produk atau jasa yang berguna, mengurangi biaya dan meningkatkan penjualan. Dari perspektif penggunaan pengetahuan, pengetahuan tidak hanya diperoleh tetapi juga terintegrasi seluruh sumber yang berbeda dari pengetahuan khusus (Majchrzak, Cooper, and Neece 2004). *Knowledge management* merupakan hal yang sangat penting untuk peningkatan *value* bisnis, meningkatkan daya saing dan keuntungan di perusahaan-perusahaan dengan ukuran yang berbeda, menjadi alat yang efektif yang menghasilkan keunggulan kompetitif dalam bisnis, menjadikan SDM lebih terampil dan bakat yang lebih baik, akuisisi pengetahuan internal dan eksternal yang didukung oleh teknologi informasi baru serta digunakan untuk menghasilkan inovasi dan kinerja (Valdez-juárez, Lema, and Maldonado-guzmán 2016).

Inovasi sering menjadi dasar dibangun bisnis kewirausahaan karena menyediakan keunggulan kompetitif. Di sisi lain, tindakan kewirausahaan satu cara membawa inovasi ke pasar. Kinerja inovasi merupakan kunci untuk

keunggulan kompetitif dalam lingkungan yang sangat bergejolak. Kinerja inovasi sebagai pendorong utama bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Kemampuan untuk berinovasi memiliki konsekuensi langsung bagi kemampuan untuk bersaing di tingkat individu, perusahaan, tingkat regional dan nasional. Nilai-nilai yang diciptakan oleh inovasi sering diwujudkan dalam cara-cara baru dalam melakukan sesuatu atau produk baru dan proses yang berkontribusi terhadap kekayaan. Menurut Pateli dan Lioukas (2019), inisiatif kinerja inovasi terbuka perusahaan membutuhkan pengetahuan eksternal, mengintegrasikannya dengan pengetahuan yang ada di berbagai area fungsional, dan mengubahnya menjadi berbagai hasil inovasi. Hal ini dikarenakan pengetahuan eksternal adalah kumpulan informasi di luar batas perusahaan, itu termasuk informasi dari pelanggan, mitra, pemasok, pesaing, dan pemangku kepentingan lainnya. Oleh karena itu, kinerja inovasi terbuka perusahaan didasarkan pada pemanfaatan pengetahuan eksternal dan internal (McKelvie et al., 2018). Baik sumber eksternal maupun internal penting untuk inovasi (Rastrollo-Horrillo & Rivero Díaz, 2019). Dengan demikian, penting untuk mengidentifikasi hubungan antara pengetahuan eksternal, inovasi internal dan kinerja inovasi terbuka perusahaan.

Inovasi merupakan kunci untuk keunggulan kompetitif dalam lingkungan yang sangat bergejolak. Kinerja inovasi sebagai pendorong utama bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Kemampuan untuk berinovasi memiliki konsekuensi langsung bagi kemampuan untuk bersaing di tingkat individu, perusahaan, tingkat regional dan nasional.

Proses inovasi harus mengarah pada perbaikan, tidak hanya dalam perspektif ekonomi tetapi juga dalam perspektif psikologis sosial. Perilaku inovatif UKM diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sehingga para pelaku UKM sangat penting untuk mendapatkan wawasan tentang faktor-faktor penentu perilaku inovatif, yang merupakan bentuk perilaku kinerja (Knol and Van Linge 2009).

Nilai-nilai yang diciptakan oleh inovasi diwujudkan dalam cara-cara baru dalam melakukan sesuatu atau produk baru dan proses yang berkontribusi terhadap kinerja pemasaran suatu produk. Islam sangat mendukung adanya inovasi dalam hal apapun terkecuali dalam rana Aqidah yang merupakan fondasi mutlak dan mengharuskan mengikuti petunjuk Nabi SAW. Inovasi melahirkan ide-ide dan strategi untuk mengembangkan usaha bisnis yang dimiliki. Dalam Islam, proses bermuamalah harus dilandasi dengan memberikan produk bisnis atau layanan jasa yang terbaik bagi konsumen. Inovasi merupakan sebuah proses yang terorganisir, memiliki proses, prinsip, tipe, sumber, tujuan, dan siklus agar mencapai hasil produk / jasa yang lebih baik.

Islam adalah agama kaffah yang menganggap bahwa tidak ada pemisahan antara kewirausahaan dengan kegiatan keagamaan. Kesuksesan Nabi Muhammad SAW yang pada saat itu sebagai seorang pebisnis merupakan satu kesatuan yang utuh dari kemandirian dan semangat berwirausaha. Kejujuran, amanah, kecerdasan, dan keterampilan, komunikasi dan pelayanan yang baik, membangun jaringan dan kemitraan serta keselarasan dalam bekerja dan

beribadah, menjadi faktor penting dalam menggapai kesuksesan sebagai seorang pedagang (Bahri, 2012; Yahya, 2020). Islam merupakan cara hidup yang sangat mendorong kegiatan manusia dalam berbagai hal seperti kewirausahaan, pengembangan, pertanian, industri, ilmu pengetahuan, dan perdagangan (Juliana, Rahayu, and Wardhani 2020). *Entrepreneur* dalam Islam adalah salah satu dari sekian banyak aspek kehidupan yang juga telah dijelaskan dalam Al Qur'an dan Hadis.

Islamic value yang didasarkan pada nilai tentang hubungan manusia dengan Tuhan dan nilai yang berhubungan dengan koherensi masyarakat (Carswell and Rolland 2007) keduanya membentuk sikap tertentu terhadap kewirausahaan (Dana 2011). Literatur mengenai hubungan antara agama Islam dan kewirausahaan masih sangat terbatas sehingga hal ini memberikan peluang penelitian yang masih sangat luas (Ramadani, Hisrich, and Gërguri-Rashiti 2015).

Paradigma kewirausahaan dalam Islam cenderung menekankan pada terintegrasinya nilai-nilai moral dan persaudaraan kemanusiaan dengan keadilan sosial ekonomi (Darwis, 2017). Harta termasuk rezeki dari Allah SWT yang wajib dicari dan dijemput oleh manusia itu sendiri, seperti firman Allah:

“Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar hanya kepada-Nya kamu menyembah”. (QS. Al-Baqarah: 172)2

Ayat diatas menunjukkan bahwa mencari rizki yang halal merupakan perintah Allah kepada umat-Nya. Perintah ini menegaskan untuk tidak

berpangku tangan walaupun rizki sudah diatur oleh Allah, karena dengan berikhtiar rezeki yang didapat menjadi berkah dan terasa nikmat saat mendapatkan hasilnya. Konsepsi ini mengindikasikan bahwa aktifitas ekonomi dalam persepektif Islam tidak bersifat sekedar kerja dan tidak bebas nilai. Konsep paradigma Tauhid terhadap kebijakan ekonomi dalam mendorong pertumbuhan industri halal, demi terciptanya kekayaan berkelanjutan menjadi hal yang sangat menarik untuk diteliti. Paradigma tauhid memberikan panduan pemikiran kebijakan ekonomi dengan mengandalkan prinsip-prinsip Alquran dan Sunnah dalam merumuskan dan menerapkan dasar dasar instrumen kebijakan (Ismail and Sarif 2011). Isa Dkk menguatkan dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa pemikiran tauhid dikembangkan untuk membantu memastikan tingkat pemahaman dan praktik kebijakan Tauhid berdasarkan pada pembuatan kebijakan, pelaksanaan dan evaluasi (Isa, Zulkifli, and Man 2020). Seiring berkembangnya system perekonomian dunia dan platform digital ekonomi maka semakin diperlukan prinsip berbasis tauhid sebagai landasan manusia dalam berkegiatan ekonomi bagi masyarakat. Paradigma tauhid menghubungkan semangat tauhid dengan fungsi manajemen. Allah S.W.T memberikan manusia sumber daya fisik dan spiritual sebagai amanah. Dalam masyarakat tauhid 5.0 yang berpusat pada manusia, semua peluang dan kemungkinan dimiliki secara setara untuk semua manusia.

Implementasi teknologi berbasis informasi yang inovatif seperti *Internet of Things* (IOT), kecerdasan buatan (AI), dan robotika diharapkan dapat

berfungsi sebagai penggerak kegiatan ekonomi. Dalam paradigma tauhid digitalisasi merupakan sarana, tetapi manusia (ummah) tunduk kepada Allah S.W.T. Kemajuan teknologi digital yang muncul untuk disumbangkan menjadi investasi dalam administrasi administrator (*mutawalli*) melalui perangkat hukum (*wafiyah*). Setiap pengembalian (pendapatan) atau hasil (hak penggunaan) dari aset itu menguntungkan penerima atau digunakan untuk tujuan yang dinyatakan dengan cara yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi umat manusia dalam masyarakat (Isa, Zulkifli, and Man 2020). Dalam masyarakat tauhid ekonomi ditransaksikan dalam penggabungan ruang fisik (dunia nyata) dan dunia maya dengan memanfaatkan TIK secara maksimal yang bertanggungjawab sesuai dengan ketentuan syari. Paradigma tauhid memunculkan sebuah sisi lain dari fitrah manusia, yaitu bertumpu pada tugas-tugas manusia (insaniah) yang telah ditentukan sebagai hamba dan wakil Allah S.W.T. Sesuai dengan realitas kehidupan manusia yaitu menciptakan kemanfaatan bagi seluruh umat (Isa, Zulkifli, and Man 2020).

Kompleksitas perubahan global dalam manajemen pengetahuan menyoroti perlunya keterlibatan kolaboratif antara berbagai bidang ilmu. Manajemen pengetahuan diketahui terkait dengan organisasi kewirausahaan diantaranya adalah kewirausahaan strategis (Mohapatra, Agarwal, and Genesereth 2016) bisnis internasional dan pengetahuan kewirausahaan (Ribeiro and Domingo, Álvaro Cuervo 2007). Adopsi teknologi digital mengubah lingkungan kewirausahaan untuk UKM (Rauch, Andreas; Wiklund, Johan; Lumpkin 2013). Namun penelitian yang menyelidiki saluran

manajemen pengetahuan dalam organisasi kewirausahaan relatif sedikit (Levinthal 1989).

Penelitian tentang manajemen pengetahuan dalam organisasi tumpang tindih dengan penciptaan pengetahuan secara internal, penciptaan pengetahuan bersama dengan mitra eksternal (misalnya pemasok, pelanggan, kelompok perusahaan, universitas) dan outsourcing penciptaan pengetahuan kepada kolaborator (West and Bogers 2014). Pengetahuan telah menjadi saluran bagi wirausahawan sebagai kendaraan untuk mengadopsi pengetahuan yang masuk dan juga memungkinkan pengetahuan baru menyebar di dalam dan di antara industry (Tavassoli, Bengtsson, and Karlsson 2017). Penciptaan dan transfer pengetahuan yang terjadi dalam organisasi dalam perannya sebagai “filter pengetahuan” ditandai sebagai penghambat aktivitas kewirausahaan hal ini disebabkan oleh banyaknya keraguan dari diri entrepreneur untuk menerima pengetahuan baru dan mengimplikasinya dalam organisasi mereka (Audretsch and Keilbach 2007).

Keyakinan diri yang tinggi merupakan faktor pendukung kepercayaan diri untuk menjalin jejaring yang lebih luas (Bandura et al. 1987). Pendekatan *emotional Quotient/EQ* yang dikembangkan oleh (Goleman 1990) dipecahkan menjadi lima domain: *self-awareness, self-regulation, self motivation, empathy and social skills*. *Self-motivation* merupakan kendali diri emosional dalam menahan diri terhadap kepuasan dan mengendalikan dorongan hati yang diindikasikan dengan *competency cultivation, intrinsic interest* dan *self-efficacy*(Bandura et al. 1987). *Self-efficacy* mengacu pada kepercayaan

individu pada kapasitasnya untuk berhasil terlibat dalam perilaku yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu, dibentuk oleh pengalaman individu sebelumnya dan contoh sosial orang lain (Markowska and Wiklund 2020). *Self-efficacy* memfasilitasi keterbukaan dan belajar dari pengalaman baru dengan fokus pada pengaturan diri, kepercayaan pada kemampuan sendiri, dan mode pembelajaran eksperimental dan model yang sangat sesuai untuk mengeksplorasi pembelajaran kewirausahaan (Markowska and Wiklund 2020).

Research Gap

Berdasarkan kajian studi terdahulu yang lengkap dan mendalam tentang peran *Entrepreneur Learning* dengan Kinerja UKM dapat disarikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Ikhtisar *Research Gap*

No	Penulis	Jenis <i>Research Gap</i>	Hasil
1.	(Karimi et al. 2016)	Saran Penelitian Lanjutan	Penelitian lebih lanjut harus berkontribusi pada pertanyaan 1. Bagaimana seharusnya pendidikan kewirausahaan dinilai? 2. Bagaimanakah pendidikan kewirausahaan dimulai? 3. Apakah kewirausahaan dapat dipelajari?
2.	(Hunter and Lean 2018)	Saran Penelitian Lanjutan	Penelitian lebih lanjut dapat menentukan apakah pembelajaran <i>entrepreneur</i> dapat memperbesar peluang seseorang untuk menjadi wirausahawan

3.	Ranasinghe, (2018)	Saran Penelitian Lanjutan	Menyarankan untuk meneliti hubungan <i>entrepreneur learning</i> dan sub dimensi terhadap kinerja UKM serta menelaah hasil pembelajaran dan kaitannya dengan pengetahuan, keterampilan, sikap dalam UKM.
4.	(Centobelli, Cerchione, and Esposito 2019)	Saran Penelitian Lanjutan	Menyarankan untuk melakukan penelitian dan menyediakan pemahaman mendalam tentang <i>entrepreneur learning</i> dengan aspek eksplorasi dan eksploitasi dalam aspek kualitatif
5.	Ben Toscher (2019)	Saran Penelitian Lanjutan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelajaran <i>entrepreneur</i> masih sangat sedikit karena belum ada penelitian yang menjelaskan tentang pengetahuan dan teori yang berkaitan dengan pembelajaran eksplorasi dan eksploitasi dalam pembelajaran <i>entrepreneur</i> 2. Mengembangkan instrumen peningkatan kinerja melalui komponen <i>entrepreneur learning</i> yang memungkinkan terjadinya proses akumulasi pengetahuan
6.	(Aboytes and Barth 2020)	Keterbatasan penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan penelitian ini tidak dapat memberikan penjelasan yang lebih umum, terperinci, dan tegas mengenai proses <i>entrepreneur learning</i>. 2. Temuan dari penelitian ini tidak dapat diekstrapolasi pada penelitian yang memiliki fenomena yang sama
7.	(Markowska & Wiklund, 2020)	Keterbatasan penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya pembelajaran selama fase awal perjalanan kewirausahaan adalah kegagalan untuk menyadari kompleksitas tugas kewirausahaan oleh karena itu kegagalan untuk menyadari kebutuhan untuk terlibat dalam proses pembelajaran terfokus dengan mengubah dari eksperimen menjadi model

			<p>perilaku orang lain. Individu yang menganggap diri mereka ahli dalam domain mereka mungkin gagal untuk mengenali bahwa usaha kewirausahaan memerlukan perolehan pengetahuan dan keterampilan tambahan.</p> <p>2. Analisis lebih lanjut tentang hubungan antara jenis kesalahan yang dilakukan wirausahawan dan mode pembelajaran yang mereka sukai dapat memberikan penjelasan tambahan tentang keefektifan kedua metode pembelajaran tersebut untuk menangani masalah yang berbeda.</p>
8.	(Haneberg et al 2021)	Saran Penelitian Lanjutan	Menyarankan bahwa penelitian selanjutnya untuk dapat lebih berfokus pada bagaimana pengetahuan <i>entrepreneur learning</i> lebih dapat berkontribusi pada peningkatan Kinerja UKM
9.	(Meekaewkunchorn et al., 2021)	Keterbatasan penelitian	Keterbatasan dalam penelitian yaitu ukuran sampel penelitian yang hanya terdiri dari dua wilayah Thailand dan berpotensi menciptakan masalah generalisasi dari data yang dikumpulkan, kedua, karena UKM yang digunakan hanya satu jenis UKM khusus dan masih banyaknya sektor UKM khusus yang lain yang perlu juga dimasukkan dalam studi masa depan
10.	Wenke <i>et.al</i> (2021).	Saran Penelitian Lanjutan	Penelitian tersebut mendorong penelitian selanjutnya untuk menguji implikasi kelangsungan pembelajaran eksplorasi dan eksploitasi di UKM karena ancaman kegagalan pembelajaran yang sangat tinggi untuk UKM.

Sumber: Kajian beberapa hasil penelitian untuk pengembangan disertasi ini, 2021

Tabel 1.1 menunjukkan beberapa hasil studi terdahulu dapat disimpulkan bahwa *entrepreneur learning* hanya berfokus pada proses akumulasi pengetahuan kewirausahaan, serta belum ada kajian yang komprehensif terkait keyakinan atas dasar kepemilikan pengetahuan. Berdasarkan, *suggestion for future research*, dan *limitation* diatas maka penelitian ini mengintegrasikan praktek *knowledge management* dengan pendekatan konsep *knowledge acquisition* dan *intelligence theory* dengan pendekatan *emotional quotient*. Pendekatan ini dapat memperluas pemahaman bahwa *entrepreneurship* dapat diajarkan dan dipelajari, dengan melalui *Knowledge Acquisition Efficacy* sehingga berpotensi mewujudkan peningkatan kinerja UKM.

Fenomena Bisnis

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM) telah menjadi perhatian bagi para ilmuwan dan praktisi sebagai upaya meningkatkan daya saing dan peran UKM dalam pertumbuhan ekonomi. Berbeda dengan perusahaan yang lebih besar, UKM memiliki karakteristik yang berbeda dan oleh karenanya memerlukan kajian yang lebih mendalam. Karakteristik UKM pada umumnya memiliki keterbatasan sumber dana, manajemen, dan bergantung dengan sebagian kecil pelanggan (Forsman 2015). Disamping itu, UKM juga memerlukan karyawan yang *multi skill*. Hanif dan Manarvi (2015) menyarankan agar UKM terus melakukan peningkatan baik dalam proses produksi, kualitas produk, dan pelayanan agar mampu bertahan dan bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar. Inovasi menjadi kunci utama.

Menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2017), UKM yang berkembang di Indonesia saat ini terbagi menjadi beberapa kategori yaitu pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, hotel, restoran, jasa-jasa swasta, dan industri pengolahan yang salah satunya mencakup industri kreatif. Keberadaan UKM merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara, meskipun dilihat dari skala ekonominya yang tidak besar.

**Tabel 1. 2 Data UKM
Binaan Provinsi Jawa Tengah tahun 2017-2019**

No	Deskripsi Data	Satuan	TAHUN		
			2017	2018	2019
1	JUMLAH UKM	Unit	133.679	143.738	147.233
	Produksi/Non Pertanian	Unit	45.963	49.328	50.501
	Pertanian	Unit	22.329	23.956	24.523
	Perdagangan	Unit	49.198	53.063	54.399
	Jasa	Unit	16.189	17.391	17.810
2	Penyerapan Tenaga Kerja	Orang	918.455	1.043.320	1.094.944
3	Asset	Rp. Millyar	26.249	29.824	31.250
4	Omset	Rp. Millyar	49.247	55.691	57.998
5	Rata-rata omset per UKM	%	36,8%	38,7%	39,4%
Jumlah Peningkatan omset UKM per tahun				1,9%	0,6%

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Tengah. Posisi per triwulan I 2019.

Pada tabel 1.2 dapat dilihat bahwa jumlah UKM di provinsi Jawa Tengah semakin meningkat dan omzet yang diperoleh pada setiap UKM juga mengalami peningkatan dari tahun 2017 sampai tahun 2019. Namun, apabila dianalisis dengan menghitung jumlah peningkatan UKM per tahun maka diperoleh adanya penurunan omset UKM per tahun pada tahun 2018 ke tahun 2019 dari 1,9% turun menjadi 0,6% per tahun. Peningkatan omset UKM diharapkan mampu mendorong tingkat penyerapan tenaga kerja di Jawa

Tengah dan akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Akan tetapi peningkatan yang terjadi masih belum optimal sehingga dibutuhkan model peningkatan kinerja UKM untuk mampu mendorong percepatan perekonomian Jawa Tengah menuju 7% melalui UKM. Salah satu strategi untuk mendorong percepatan perekonomian Jawa Tengah menuju 7% melalui pengembangan sumber daya manusia yang ada dalam UKM hal ini menjadi salah satu skala prioritas yang secara konsisten terus dilakukan oleh Pemerintah. Hal tersebut dimaksudkan untuk sector UKM dalam memberikan kontribusi yang signifikan bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Pemerintah telah melengkapi fasilitas pelayanan mengenai pelatihan melalui Balai Pelatihan Koperasi (balatkop), Usaha Kecil dan Menengah pada Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah.

Pemerintah juga mendorong Indonesia menjadi kiblat Industri *Fashion* Muslim dunia dikarenakan Indonesia adalah negara dengan mayoritas masyarakat beragama islam, menurut kementerian perdagangan Indonesia pada januari sampai agustus tahun 2021 ekspor produk fashion muslim Indonesia menembus Rp 41,3 Trilliun (Katadata.co.id, 2021). Sehingga Indonesia mengalami peningkatan seperti pada gambar grafik berikut ini :

Pasar Modest Fashion Indonesia



Tabel 1. 3 Grafik Nilai Pengeluaran Produk Fashion

Meskipun industry *fashion* muslim di Indonesia mengalami peningkatan, posisi pasar *Fashion* muslim Indonesia masih dibawah Iran, Turki, Arab Saudi dan Pakistan. Pada tahun 2021 nilai pasar industri *fashion* muslim mencapai US\$ 11 miliar (Rp 156 triliun), sementara nilai ekspor *fashion* muslim baru sebesar US\$ 500 juta (Rp 7,1 triliun) (M.Luthfi, 2021). Maka peluang untuk mengembangkan industry *Fashion* muslim di Indonesia masih sangat besar. Hal ini bisa terwujud apabila produk local khususnya UKM *Fashion* Muslim bisa tumbuh dengan baik, untuk itu dibutuhkan peran pelaku usaha dengan program pemerintah yang mampu bersinergi.

Dalam menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan bagi masyarakat Koperasi dan UKM Balai Pelatihan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah didukung dengan Anggaran APBD Provinsi Jawa Tengah melalui Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Tahun 2020 diselenggarakan sebanyak 112 angkatan dengan jumlah peserta 2.945 orang bagi masyarakat Koperasi dan

pelaku usaha (UKM) di Jawa Tengah yang terdiri dari 3 jenis pelatihan antara lain Vocational sebanyak 86 angkatan, Manajerial sebanyak 23 angkatan dan Kompetensi sebanyak 3 angkatan, selain 3 jenis kegiatan pelatihan tersebut, ada pula kegiatan *short course* sebanyak 100 angkatan (Balatkop UMKM DINKOP Jateng, 2021). Akan tetapi sayangnya para peserta pelatihan hanya antusias dan memiliki ketertarikan pada saat pelatihan namun belum berani untuk mengakuisisi ilmu yang diperoleh untuk menjadi langkah yang nyata dalam pengembangan UKM nya. Hal ini dikarenakan peserta UKM memiliki ketidakpercayaan diri atas kompetensi dirinya. Mereka beranggapan bahwa materi yang diberikan dalam pelatihan berada jauh diatas level keilmuan mereka.

Pelatihan yang diterima selama ini hanya menitik beratkan kapabilitas pelaku UKM dalam memanfaatkan teknologi, sementara itu para pelaku UKM memiliki banyak keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital diantaranya adalah latar belakang unsur demografi meliputi usia, jenis kelamin dan geografi karna pelaku UKM masih lebih menyakini bahwa cara cara tradisional akan lebih efektif bagi perkembangan bisnisnya seperti yang biasa telah dilakukan. Para pelaku UKM tersebut lebih memilih tetap pada zona nyaman dibandingkan harus meghadapi kesulitan dan resiko kegagalan akibat mengikuti perubahan yang ada sebagai dampaknya para pelaku UKM ini hanya mampu berjalan di tempat tanpa adanya keyakinan untuk mengimplementasikan ilmu yang dimilikinya dari hasil pembelajaran (pelatihan) dalam melakukan inovasi. Maka penelitian terkait pengembangan

kinerja UKM menjadi sangat menarik untuk menganalisis bagaimana pelaku UKM mampu mengambil peluang untuk mengembangkan bisnis *Fashion* muslim di Indonesia. UKM *Fashion* Muslim bisa tumbuh dengan baik jika memiliki kemampuan untuk mengakuisisi ilmu pengetahuan dari hasil pelatihan yang telah diterima.

Knowledge Acquisition merupakan salah satu proses manajemen pengetahuan yang merupakan proses ekstraksi, strukturisasi, dan pengorganisasian pengetahuan dari satu sumber atau lebih. Proses ini merupakan suatu proses yang penting, namun seringkali menjadi tidak optimal yang membatasi pengembangan sistem pakar. Hal ini dikarenakan pelaku UKM tidak memiliki keyakinan diri untuk mengakuisisi pengetahuan yang mereka miliki untuk meningkatkan keahliannya, tidak merasa mampu untuk melakukan pengalihan keahlian (*knowledge transfer*), inferensi/penalaran (*inference*), dan tidak merasa memiliki kemampuan menjelaskan (*explanation knowledge*).

Keterbatasan *Intelligence theory* adalah Inteligensi merupakan kemampuan potensial umum (*general potential ability*) dan terkait erat dengan bakat yang merupakan kemampuan potensial khusus (*specific potential ability*). Banyak yang menganggap bahwa inteligensi dipengaruhi oleh keturunan. Menurut pandangan ini, inteligensi adalah kemampuan yang dibawa sejak lahir yang memungkinkan seseorang berbuat sesuatu dengan cara tertentu. sehingga banyak pelaku UKM yang merasa yakin bahwa tanpa

mereka bersusah payah mengikuti pelatihan, bakat alami dalam diri mereka merupakan modal utama mereka dalam menjalankan bisnisnya.

Berdasarkan beberapa permasalahan diatas maka *Knowledge Acquisition Efficacy* diusulkan sebagai konsep baru untuk meningkatkan kinerja UKM yang berasal dari *entrepreneur learning* dan peran *tawhidic paradigm*. *Knowledge Acquisition Efficacy* merupakan Keyakinan atas kemampuan diri yang dapat diandalkan, optimis dalam menghadapi tantangan dan rasa ingin tahu yang tinggi sejauh menggunakan kualitas pengetahuan dalam proses berpikir dan berperilaku. *Knowledge Acquisition Efficacy* bagian dari pendekatan konsep *knowledge management* dan *intelligence theory*.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yakni riset gap dan fenomena bisnis yang ada di UKM *fashion busana muslim* di provinsi jawa tengah, maka rumusan masalah studi ini adalah “Bagaimana model pengembangan *Knowledge Acquisition Efficacy* berbasis pembelajaran kewirausahaan dan Paradigma Tawhid menuju kinerja UKM *fashion busana muslim* di Provinsi Jawa Tengah”. Kemudian pertanyaan penelitian (*Research Question*) yang muncul adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Entrepreneur Learning* (*Exploitation Learning* dan *Exploration Learning*) dan *Tawhidic Paradigm* mampu mendorong *Knowledge Acquisition Efficacy* sehingga dapat meningkatkan kinerja UKM *fashion busana muslim* di Provinsi Jawa Tengah.

2. Bagaimana *Entrepreneur Learning* (*Exploitation Learning* dan *Exploration Learning*), *Tawhidic Paradigm* dan *Knowledge Acquisition Efficacy* mampu mendorong *Innovative Behaviour* sehingga dapat meningkatkan kinerja UKM *fashion* busana muslim di Provinsi Jawa Tengah.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Mengeksplorasi sebuah model konseptual baru yang dapat mengisi saran penelitian lanjutan dan keterbatasan study terdahulu antara peran *Entrepreneur Learning* dengan Kinerja UKM yang berpusat pada konsep *Knowledge Acquisition Efficacy*. Konsep *Knowledge Acquisition Efficacy* diharapkan dapat memicu Kinerja UKM *fashion* busana muslim di provinsi jawa tengah.
2. Mengeksplorasi sebuah model konseptual baru yang dapat mengisi saran penelitian lanjutan dan keterbatasan study antara peran *Entrepreneur Learning* dengan Kinerja UKM yang berpusat pada konsep *Knowledge Acquisition Efficacy*. Konsep *Knowledge Acquisition Efficacy* diharapkan dapat memicu *Innovative Behaviour* UKM *fashion* busana muslim di provinsi jawa tengah.

Manfaat Penelitian

Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam menambah khasanah perbendaharaan ilmu manajemen sumber daya

manusia dan praktek *knowledge management*, yakni dimasukkannya konsep baru berupa *Knowledge Acquisition Efficacy* untuk mengatasi *Research Gap* pengaruh *enterpreuner learning* terhadap kinerja organisasi, khususnya UKM.

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat diterapkan pada UKM *fashion* busana muslim di Provinsi Jawa Tengah sebagai suatu standart bentuk manfaat yang perlu dikembangkan serta akan memberikan manfaat bagi para

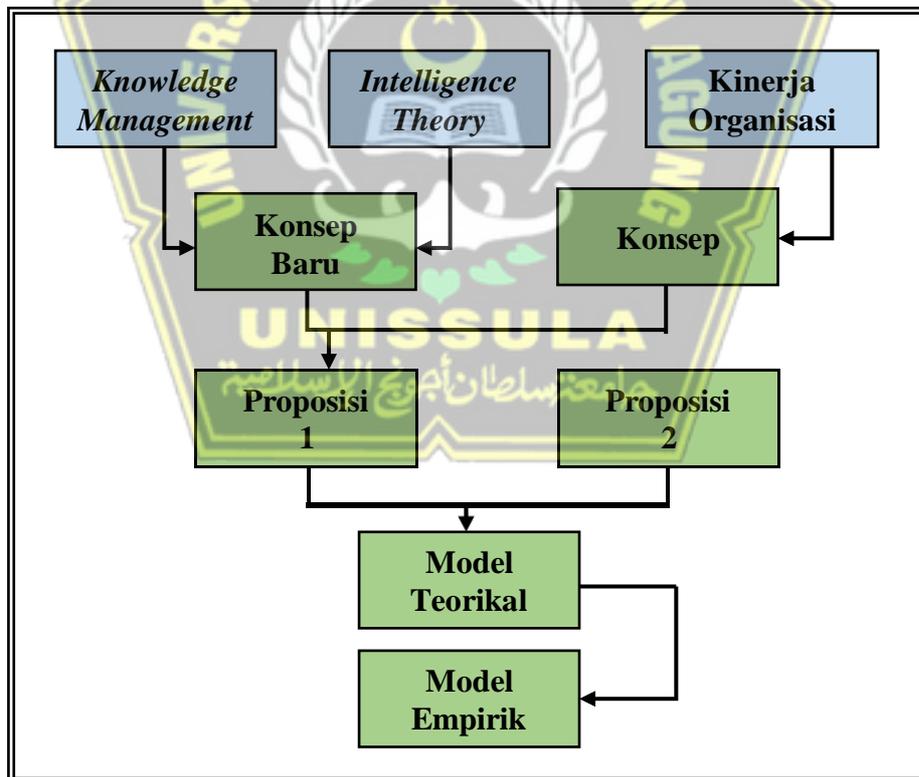
pelaku UKM untuk lebih memahami tentang pengembangan *Knowledge Acquisition Efficacy* melalui *exploitative learning* dan *explorative learning* dengan peran *tawhidic paradigm* sehingga berpotensi mewujudkan peningkatan *Innovative Behaviour* dan kinerja UKM.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Hasil sintesis dimensi *Knowledge Management* dan *Intelligence Theory* menghasilkan konsep baru. Kajian teori ini menguraikan dimensi *Knowledge Management* dan *Intelligence Theory* sebagai konsep baru dengan mengkombinasikan konsep kinerja organisasi. Keterkaitan konsep baru dengan konsep lainnya akhirnya membentuk “Model Teritikal Dasar”. Dari *research gap* penelitian terdahulu dan fenomena gap muncul “Model Empirik Penelitian”. *Figure* alur model dari kajian pustaka disajikan dalam Gambar 2.1.



Gambar 2. 1 Alur Kajian Pustaka

Knowledge Management dengan pendekatan Knowledge Acquisition

Resources Based View menerangkan bahwa faktor utama seperti pengetahuan, keterampilan dan kapabilitas karyawan dalam menentukan kinerja yang berkelanjutan bagi suatu perusahaan adalah sumber daya terpenting perusahaan (Barney, 1991). Sumber daya tak berwujud yang langka, berharga, dan unik adalah mesin untuk menciptakan serta mempertahankan kinerja bisnis. Karena sumber daya yang khas, perusahaan menjadi mampu memproduksi dan memberikan produk dan layanan yang inovatif dan berkualitas tinggi dan menciptakan perbedaan (Barney, 1991; Russo dan Fouts, 1997).

Pandangan berbasis sumber daya menekankan bahwa memiliki sumber daya yang langka, tidak dapat ditiru dan berharga akan meningkatkan kinerja organisasi (Barney, 1991). *Knowledge management* merupakan proses membuat pengetahuan yang benar tersedia untuk orang yang tepat. Ini adalah tentang memastikan bahwa suatu organisasi dapat belajar, dan bahwa ia akan dapat mengambil dan menggunakan aset pengetahuannya dalam aplikasi saat ini karena mereka dibutuhkan (García-Holgado et al. 2015). *Knowledge management* merupakan proses manajemen yang terencana dan berkelanjutan dari aktivitas dan proses untuk memanfaatkan pengetahuan untuk meningkatkan daya saing melalui penggunaan yang lebih baik dan kreasi pengetahuan individu maupun kolektif (McIver, Fitzsimmons, and Lengnick-Hall 2019).

Knowledge management adalah proses untuk menangkap, menambah, membagikan, dan melepaskan pengetahuan yang diperoleh untuk meningkatkan nilai pengetahuan tersebut demi kemajuan organisasi (Gharakhani and Mousakhani 2012). Manajemen pengetahuan memiliki siklus hidup yang dikenal sebagai manajemen pengetahuan process, tidak hanya ada satu proses manajemen pengetahuan yang unik, tetapi beberapa model proses manajemen pengetahuan (Maheshwarkar and Sohani 2014).

Empat proses pengetahuan: *knowledge generation* yang kemudian terbagi menjadi *knowledge creation* / penciptaan pengetahuan dan *knowledge acquisition* / akuisisi pengetahuan), *knowledge codification* (penyimpanan pengetahuan), *knowledge transfer* (berbagi pengetahuan), dan *knowledge application* (Hislop 2013).

Definisi yang lain menyatakan bahwa *knowledge management* mengelola pengetahuan korporasi melalui proses yang ditentukan secara sistematis dan organisasi untuk *acquiring, organizing, sustaining, applying, sharing* dan *renewing* baik pengetahuan tacit dan eksplisit dari karyawan untuk meningkatkan kinerja organisasi dan menciptakan nilai (Alavi and Leidner 2001). Berbagi Pengetahuan adalah komponen utama sebuah perusahaan dalam mentransformasikan pengetahuan individu kepada pengetahuan organisasidan meningkatkan kinerja organisasi (Maseki 2012).

Dari uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *Knowledge Management* adalah suatu teknik atau cara untuk menciptakan, mengumpulkan, menyimpan, memelihara, dan menyebarkan pengetahuan

yang ada pada organisasi yang digunakan untuk memperlancar proses bisnis perusahaan dan meningkatkan kualitas serta keunggulan kompetitif bagi organisasi tersebut di masa sekarang atau masa yang akan datang.

Knowledge Acquisition

Beberapa ahli mengemukakan proses dan elemen dari pengelolaan pengetahuan terdiri *knowledge acquisition*, *knowledge sharing* dan *knowledge utilization* (Fong and Choi 2009; Hedlund 2010).

1. *Knowledge Acquisition*, merupakan kemampuan organisasi dalam menyaring informasi dan ide-ide yang bersumber dari lingkungan.
2. *Knowledge Sharing* adalah proses saling bertukar pengetahuan dan bersama-sama menciptakan pengetahuan baru, hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan formal, komunikasi efektif, pembagian informasi lintas sektoral.
3. *Knowledge Utilization*, merupakan pengetahuan yang diaplikasikan dalam perilaku karyawan secara langsung melalui sistem dan struktur organisasi, mampu meningkatkan pelayanan, dan memiliki kebebasan dalam menerapkan pengetahuan.
4. *Knowledge Creation*, merupakan suatu proses yang sifatnya organisasional terkait bagaimana pengetahuan diciptakan oleh individu dalam organisasi dan diwujudkan sebagai bagian dari *network* pengetahuan dalam organisasi.

Beberapa ahli lainnya membagi *knowledge management* dalam beberapa fase yang berbeda beda. Diantaranya tercantum dalam table berikut :

Tabel 2. 1 State of The Art Knowledge Management

No	Author	Phases of Knowledge Management
1.	(Chen and Chen 2006)	<i>Creation, circulation, conversion, completion knowledge</i>
2	(Lee, Lee, and Kang 2005)	<i>Creation, accumulation, sharing, utilization, internalization</i>
3	(Chen and Chen 2006)	<i>Capture, collaborate, collect, sirculation, connect</i>
4	(Liebowitz 1999)	<i>Identify, capture, store, share, apply, sell</i>
5.	(T. Davenport, De Long, and Beers 1998)	<i>Creation, transference, asset management</i>
6.	(Nonaka 1991)	<i>Creation, access, dissemination, completion</i>
7.	(Holsapple and Joshi 1998)	<i>Acquisition, selection, internalization, use</i>
8.	(T. H. Davenport and Prusak 2000)	<i>Generate, codify, transfer</i>
9.	(Hedlund 2010)	<i>Acquisition, store, transfer, application, protection</i>
10.	(Fong and Choi 2009)	<i>Acquisition, Creation, Storage, Distribution , Use , Maintaining</i>
11.	(Nonaka 1991).	internalisasi, eksternalisasi, kombinasi, dan sosialisas

Sumber : (Maheshwarkar and Sohani 2014)

Table 2.1 menunjukkan bahwa *Knowledge management* merupakan suatu sistem dan proses yang terformat dan terarah yang dikembangkan dalam suatu organisasi untuk mengorganisir pengetahuan organisasi melalui proses proses diantaranya menciptakan, mencari, mengumpulkan, memilih, mengorganisir, mendokumentasikan, menyimpan, memelihara dan menyebarkan pengetahuan. Sistem dan proses ini dikembangkan dalam

suatu organisasi untuk menciptakan informasi dan pengetahuan dalam rangka mendukung kebutuhan masing-masing individu di dalam perusahaan sehingga dapat digunakan dalam pengambilan keputusan yang baik untuk mendukung strategi bisnis. *Knowledge management* digunakan dalam pengelolaan pengetahuan organisasi untuk menciptakan nilai dan menghasilkan keunggulan bersaing atau kinerja prima (Fong and Choi 2009; Hedlund 2010). Kombinasi pengetahuan manusia dalam organisasi akan menghasilkan pengetahuan organisasi yang berbeda. Hanya saja, organisasi yang memiliki banyak pengetahuan berkualitas belum tentu mampu menghasilkan barang atau jasa yang sama kualitasnya. Maka dari itu penting bagi suatu perusahaan untuk memiliki *Knowledge Management* guna mendapatkan manfaat sebesar-besarnya dari pengetahuan.

Salah satu proses dalam manajemen pengetahuan adalah akuisisi pengetahuan /*knowledge acquisition*. *Knowledge acquisition* dapat dikatakan sebagai fase dimana organisasi mampu mengembangkan dan menciptakan sumberdaya perusahaan. Ada 3 cara yang dapat dilakukan untuk mendapatkan pengetahuan yakni: 1) *individual learning*, diperoleh melalui umpanbalik, observasi dan pengalaman. 2) *Environmental scanning*, terkait menerima informasi dari lingkungan eksternal dan internal sehingga strategi pengambilan keputusan lebih efektif. 3) *experimentation* menyangkut beberapa aktivitas dalam mengumpulkan informasi yaitu mendapatkan pengetahuan dari wawasan seseorang sebagai hasil dari pengalaman dan proses kreativitas.

Kesulitan dalam proses akuisisi pengetahuan adalah kesulitan pakar untuk mengkomunikasikan pengetahuan-pengetahuan dasarnya. Ini berkaitan dengan sifat pengetahuan itu sendiri (tacit dan eksplisit) yang diasumsikan dan dikombinasikan dengan begitu cepat sehingga harus di validasi keakuratannya, keandalannya dan ketepatannya.

Akuisisi pengetahuan meningkatkan pengembangan produk baru dalam tiga cara yaitu dengan *enhancing the depth of knowledge, enhancing the speed of product development, and increasing the willingness of the young technology-based firm* (Yli-Renko, Autio, and Sapienza 2001). Selanjutnya terdapat pengembangan indikator *knowledge acquisition* yaitu *professional learning based on experience, inquiry and reflection, collaborative knowledge sharing among educators* (Kaba & Chennupati 2019). Dalam penelitian ini indikator yang digunakan adalah *professional learning based on experience, inquiry and reflection, collaborative knowledge sharing among educators* (Kaba & Chennupati 2019), *enhancing the depth of knowledge* dan *enhancing the speed of product development* (Renko et.al, 2001).

Knowledge dalam Islam

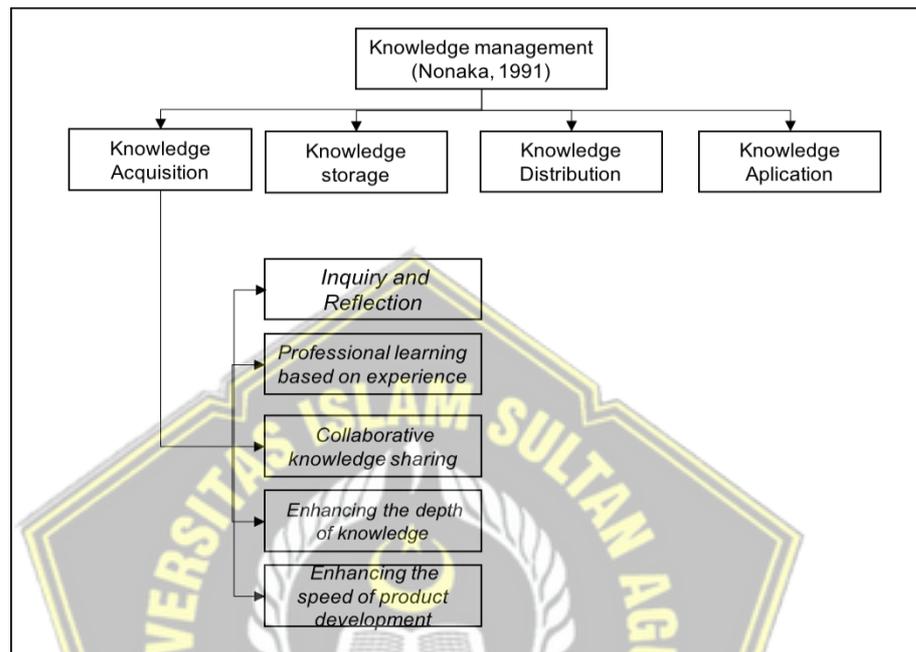
Kata ilmu berasal dari bahasa Arab *'ilm* (*'alima-ya'lamu-'ilm*), yang berarti pengetahuan (*al-ma'rifah*). Dalam perspektif Islam, ilmu merupakan pengetahuan mendalam dari hasil yang sungguh sungguh (ijtihad) para ilmuwan muslim (*'ulamā'/mujtahid*) atas permasalahan duniawi dan ukhrawi dengan bersumber kepada wahyu Allah (A.Qadri Azizy 2003). Al-

Qur'ān dan al-Hadīts merupakan wahyu Allah sebagai petunjuk bagi umat manusia, termasuk dalam hal ini adalah petunjuk tentang ilmu dan aktivitas ilmiah.

Sebagai manusia yang diutus sebagai khalifah di bumi maka diwajibkan untuknya membekali diri dengan ilmu pengetahuan sebagaimana firman Allah SWT dalam surah al-Mujādalah (58: 11) menyebutkan: “Allah akan meninggikan derajat orang-orang beriman dan berilmu beberapa derajat”. Surah Al-‘Alaq (96:1-5) dan membagikan apa yang ia ketahui kepada umat lainnya sebagaimana difirmankan dalam surah Al muddatstsir (74:2) yang memerintahkan umatNya untuk senantiasa berdakwah. Disamping al-Qur'an dalam Hadīts Nabi menyebut ilmu pengetahuan tentang aktivitas ilmiah, keutamaan penuntut ilmu, dan etika dalam menuntut ilmu. Misalnya hadist yang berbunyi “Menuntut ilmu merupakan kewajiban setiap muslim dan muslimah” (HR. Bukhari Muslim), “Barang siapa keluar rumah dalam rangka menuntut ilmu, maka ia selalu dalam jalan Allah sampai ia kembali” (HR. Muslim).

Penjelasan-penjelasan al-Qur'ān dan al-Hadīts di atas menunjukkan bahwa pandangan ilmu pengetahuan dalam Islam adalah *teosentris*. Karena itu, hubungan antara ilmu pengetahuan dan agama memperlihatkan relasi yang harmonis, ilmu pengetahuan tumbuh dan berkembang berjalan seiring dengan agama. Lebih lanjut, dalam ilmu *manthiq* disebutkan bahwa pengetahuan dapat dikategorikan sebagai “ilmu” ialah ketika diiringi dengan sebuah keyakinan (Al-Ibrahimi, 2010).

Berdasarkan uraian diatas tentang derivasi *knowledge Management* dengan pendekatan *knowledge acquisition* secara *pictograph* dapat disajikan dalam Gambar 2.2



Sumber: Nonaka, 1991; Kaba and Ramaiah, 2020; Yli-Renko, Autio, and Sapienza 2001, Dikembangkan dalam penelitian ini, 2021

Gambar 2. 2 *Knowledge Management* dengan pendekatan *Knowledge Acquisition*

Indicator knowledge acquisition yang dikembangkan Kaba dan Rumaniah adalah *Inquiry and Reflection*, *Professional learning based on experience*, *Collaborative knowledge sharing* (Kaba and Ramaiah 2020), kemudian Renko et, al menambahkan unsur *Enhancing the depth of knowledge*, dan *Enhancing the speed of product development* (Yli-Renko, Autio, and Sapienza 2001). *Knowledge acquisition* disimpulkan sebagai suatu proses menyarikan, menstrukturkan dan mengorganisasikan pengetahuan yang berasal dari sumber-sumber pengetahuan dan diubah oleh

knowledge engineering ke dalam basis pengetahuan, dan alat dengan menggunakan kecerdasan buatan.

Intelligence Theory

Kecerdasan intelektual adalah kecerdasan yang digunakan untuk mengukur kemampuan analisis dan kemampuan kognitif. Pengukuran kecerdasan intelektual disebut *intelligence quotient* (IQ) (Reinaldo et.al 2022). Kemampuan (ability) adalah kapasitas seorang individu untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan atau jabatan. Ada dua jenis kemampuan individu yaitu kemampuan rohani (mental) dan kemampuan jasmani (fisik). Kemampuan rohani dapat dibagi menjadi tiga jenis yaitu kemampuan intelektual (kecerdasan akademik), kecerdasan emosional, dan kecerdasan spiritual. Kemampuan rohani adalah kemampuan yang diperlukan untuk mengerjakan kegiatan rohani. Kecerdasan intelektual adalah kemampuan kognitif (kognitif) atau pikiran yang diperlukan untuk mengerjakan kegiatan rohani. Kemampuan emosi adalah kemampuan perasaan (*feeling*) yang diperlukan untuk mengerjakan kegiatan rohani (mental).

Kemampuan spiritual (kecerdasan spiritual) adalah kemampuan agama yang diperlukan untuk mengerjakan kegiatan rohani (kegiatan mental). Dengan kalimat lain, kemampuan spiritual adalah kemampuan seseorang mengamalkan ajaran agama yang diciptakan oleh Allah yang Maha Cerdas (Al-ilmu) (Robbins, 1996; Robbins dan Coulter, 2005). Manusia adalah makhluk Tuhan yang paling cerdas karena dikaruniai komponen kecerdasan yang paling kompleks (Harisa 2019). Manusia adalah makhluk yang diciptakan paling

unggul jika mampu memanfaatkan keunggulannya. Inteligensi atau kecerdasan dapat didefinisikan melalui dua jalan yaitu secara kuantitatif adalah proses belajar untuk memecahkan masalah yang dapat diukur dengan tes inteligensi, dan secara kualitatif yang merupakan suatu cara berpikir dalam membentuk konstruk bagaimana menghubungkan dan mengelola informasi dari luar yang disesuaikan dengan dirinya (Chairunisa Muchtar, Fadli, and Qamariah 2018). Sedangkan Munzert mengartikan kecerdasan sebagai sikap intelektual mencakup kecepatan memberikan jawaban, penyelesaian, dan kemampuan menyelesaikan masalah (Gobet, Campitelli, and Waters 2002).

Intelligence didefinisikan sebagai kapasitas untuk memecahkan masalah atau penilaian dalam satu atau lebih pengaturan budaya dan merinci serangkaian kriteria untuk mengukur kecerdasan manusia (Gardner and Hatch 1989). Schmidt and Hunter mendefinisikan kecerdasan atau Inteligensi sebagai suatu kekuatan atau kemampuan untuk memahami dan bernalar dengan benar sesuai dengan abstraksi konsep (Côté and Miners 2006). Setiap individu memiliki potensi diri, dan setiap potensi antara satu individu dengan individu yang lain pastilah berbeda. Potensi diri tersebut dibedakan menjadi dua, yakni potensi fisik dan potensi psikis. Potensi fisik menyangkut dengan keadaan dan kesehatan tubuh sedangkan potensi psikis berhubungan dengan *IQ* (*Intelligence Quotient*), *EQ* (*Emotional Quotient*), *SQ* (*Spiritual Quotient*), *AQ* (*Addversity Quotient*) (Puspitacandri et al. 2020; Villagonzalo 2013).

Davis, (1997) menjelaskan bahwa kecerdasan emosi adalah kemampuan seseorang untuk mengendalikan emosi dirinya sendiri dan orang lain,

membedakan satu emosi dengan lainnya dan menggunakan informasi tersebut untuk menuntun proses berpikir dan berperilaku seseorang (Casmini 2007). Kecerdasan emosional adalah kemampuan mengenali perasaan kita sendiri dan perasaan orang lain, kemampuan memotivasi diri sendiri dan kemampuan mengelola emosi dengan baik pada diri sendiri dan dalam hubungan dengan orang lain (Goleman 1990).

Intelligence Quotient (IQ) berkaitan dengan skor yang berasal dari tes kecerdasan untuk menilai kemampuan kognitif manusia seperti memori, kemampuan verbal, kemampuan aritmetika, penalaran logika dan persepsi visual-spasial (Goleman 1990). *Adversity Quotient* (AQ) adalah pola respons seseorang terhadap kesulitan yang dihadapi secara tepat, dapat diukur dan tidak disadari (Shek and Lin 2015).

Seberapa baik seseorang menghadapi kesulitan dan mengatasi kesulitan menunjukkan tingkat pencepaiannya. *Adversity Quotient* (AQ) terkait erat dengan *resilience*. *Resilience* didefinisikan sebagai sebuah proses dinamis yang mencakup adaptasi positif dalam konteks kesulitan yang signifikan atau karakteristik individu yang dapat merespons dengan cepat dan konstruktif terhadap krisis (Goleman 1990). *Spiritual Quotient* (SQ) adalah kemampuan untuk berurusan dengan makna, tujuan, nilai-nilai dan sumber daya spiritual lainnya dan menggunakannya untuk memecahkan masalah (Shek and Lin 2015). Kecerdasan emosional menggambarkan kemampuan, kapasitas, keterampilan, kemampuan yang dirasakan sendiri untuk mengidentifikasi,

menilai, dan mengelola emosi diri sendiri, orang lain, dan kelompok (Serrat 2017).

Dimensi Intelligence Theory

Emotional Quotient dibagi menjadi lima domain: *self-awareness*, *self-regulation*, *self Motivation*, *empathy and social skill* (Goleman 1990). *Self-awareness* membantu para pemimpin untuk mengidentifikasi dan memahami emosi diri sendiri dan dampaknya pada orang lain. *Self-regulation* memungkinkan para pemimpin untuk mengendalikan emosi yang impulsif dan merugikan serta untuk berperilaku rasional. *Self Motivation* membantu para pemimpin untuk menjadi energik dan gigih dalam pekerjaan mereka (Goleman 1990). Empati memungkinkan para pemimpin untuk memahami perspektif orang lain dan merasakan keadaan afektif mereka (Matei and Dumitrescu 2013). Keempat domain tersebut berkontribusi pada keterampilan sosial dalam membangun dan mempertahankan hubungan sosial, yang selanjutnya memfasilitasi pencapaian kepemimpinan (Shek and Lin 2015).

Ciri – ciri kecerdasan emosional kedalam 2 (dua) komponen dasar sebagai berikut intrapersonal dan interpersonal yang meliputi aspek intrapersonal adalah 1) kesadaran diri (*Self awareness*), 2) pengaturan diri (*Self manage*), 3) Motivasi Diri (*self motivation*), sedangkan komponen interpersonal adalah 1) Empati, dan 2) Keterampilan Social (Goleman 1990).

Self-Motivation / motivasi diri didefinisikan sebagai kemampuan untuk menetapkan tujuan dan tetap fokus dan positif meskipun ada kemunduran yang mungkin terjadi selama menetapkan tujuan (Mayer, Salovey, and Caruso 2004). Orang dengan motivasi diri dapat menemukan alasan dan kekuatan untuk menyelesaikan tugas, bahkan selama masa-masa sulit, tanpa menyerah atau membutuhkan orang lain untuk mendorong mereka (Mayer, Salovey, and Caruso 2004). Dimensi *Self-Motivation* adalah *Achievement drive, Commitment, Initiative* dan *Optimism* (Serrat 2017).

Self-motivation juga mengacu pada kemampuan untuk menetapkan tujuan dan menciptakan sesuatu yang sulit, dan juga untuk tetap fokus dan positif dengan segala kemunduran yang mungkin terjadi selama penyelesaian (Mohamad and Jais 2016). Motivasi diri adalah jaminan yang akan dilibatkan dalam tindakan setiap hari yang juga bisa dilakukan untuk penyebab khusus (Peck, Stefaniak, and Shah 2018). Salah satu cara yang didasarkan pada motivasi diri adalah mengambil tanggung jawab atas keberhasilan dan kegagalan seseorang (Udayar *et.al*, 2020). Motivasi adalah menggunakan hasrat kita yang paling dalam untuk menggerakkan dan menuntun kita menuju sasaran, membantu kita mengambil inisiatif dan bertindak sangat *efektif*, dan untuk bertahan menghadapi kegagalan dan frustrasi.

Self-motivation adalah kendali diri emosional menahan diri terhadap kepuasan dan mengendalikan dorongan hati adalah landasan keberhasilan dalam berbagai bidang. Adapun indikatornya adalah *competency*

cultivation, intrinsic interest dan *self-efficacy* (Bandura 2012). *Self-efficacy* mengacu pada penilaian orang tentang kemampuan mereka sendiri untuk mengorganisir dan melakukan tindakan dan perilaku yang diperlukan untuk mencapai kinerja tertentu (Bandura 2012).

Self-Efficacy

Untuk mempertahankan kinerja tinggi dan keunggulan kompetitif, kecerdasan emosional harus dikembangkan dan ditingkatkan melalui pendekatan yang sistematis dan konsisten (Erdiaw-Kwasie, Alam, and Shahiduzzaman 2017). Beberapa penelitian terdahulu menyatakan bahwa sifat *Emotional Intelligent* dapat berdampak positif pada kinerja karena kaitannya dengan emosi diri (Joseph et al. 2015). Individu menggunakan keterampilan emosional mereka untuk secara efektif beradaptasi dengan situasi dan akhirnya berkinerja baik. Kinerja tampaknya bergantung langsung pada aktualitas seseorang untuk menghadapi situasi emosional (Dunn et al. 2011). Kecerdasan emosional adalah bagian penting dari pengukuran kesadaran diri, keterampilan pengendalian emosi, motivasi diri, empati dan hubungan sosial yang harus dimiliki seseorang. Oleh karena itu, *self-efficacy* seseorang dalam membuat keputusan karir adalah salah satu aspek penting dari pemahaman dan menemukan kepuasan dalam karir yang harus dikejar (Sidek and Bakar 2020).

Teori *self-efficacy* (Bandura et al. 1987) menyatakan bahwa individu memperoleh informasi untuk menilai *performance accomplishments*, *vicarious (observational) experiences*, *forms of persuasion*, dan

physiological indexes. *Self-efficacy* yang tinggi tidak akan menghasilkan kinerja yang kompeten ketika keterampilan yang diperlukan kurang (Bandura, 2010). Harapan akan hasil yang diperoleh, atau keyakinan mengenai kemungkinan yang akan dilakukan akan sangat bergantung pada keyakinan diri seseorang. Nilai hasil yang dirasakan mengacu pada seberapa banyak orang menginginkan hasil tertentu dibandingkan dengan yang lain. Hsu *et.al*, (2019) menyatakan bahwa *self-efficacy* adalah kepercayaan individu akan kemampuannya untuk sukses dalam melakukan sesuatu. *Self-Efficacy* menurut Mao *et.al*, (2019) adalah kepercayaan seseorang atas kemampuannya dalam menguasai situasi dan menghasilkan sesuatu yang menguntungkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *self-efficacy* adalah kepercayaan individu atas kemampuannya dalam menguasai situasi dan menghasilkan sesuatu yang menguntungkan.

Indicator *self-efficacy* adalah *performance accomplishments, vicarious experience, verbal persuasion, and physiological feedback* (Bandura, 1977, 1986, 1995, 1997a). Bandura di tahun 1997 juga menyatakan indikator *Self-efficacy* yang dikembangkan dari indikator yang terdahulu yaitu (Bandura, 1997):

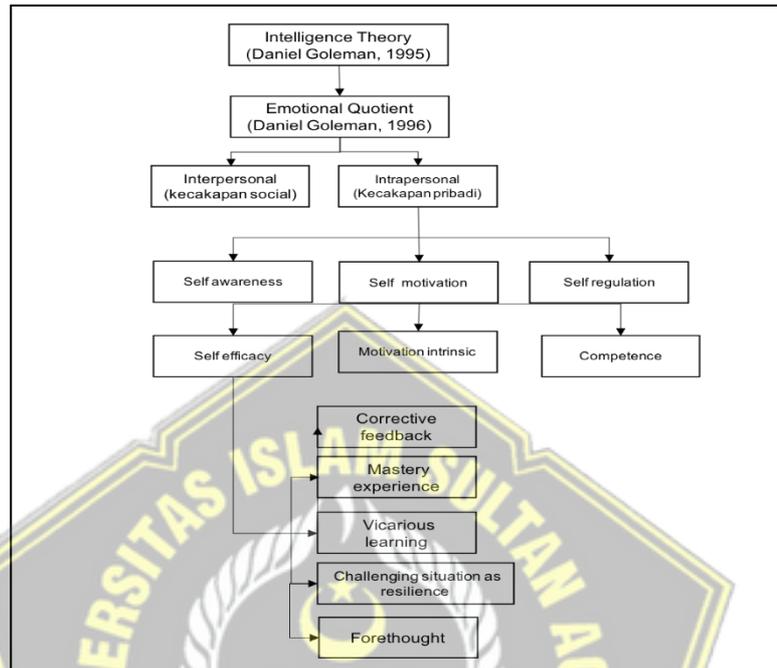
1. *Confidence Level* yaitu perwujudan kepercayaan diri yang positif dan yakin akan apa yang dilakukan akan berhasil.
2. *Generality* yaitu perwujudan seseorang yang memiliki *self-efficacy* yang tinggi akan memiliki perilaku yang positif, memiliki keinginan untuk berhasil, dan berorientasi pada tujuan. Seseorang akan

menetapkan tujuan pribadinya berdasarkan dari kemampuan yang dia miliki. Semakin tinggi *self-efficacy* yang dimiliki maka semakin tinggi pula tujuan yang ingin dicapainya.

3. *Magnitude*. Segala sesuatu yang terjadi pada diri seseorang akan menjadi tanggung jawab pribadinya sendiri.
4. *Strength*. Seseorang yang memiliki keyakinan yang kuat akan kemampuan dirinya dalam melakukan sesuatu akan terus menerus tekun menjalaninya hingga mencapai keberhasilan.
5. *Perseverance*. Ketekunan yang kuat biasanya akan menghasilkan *outcome* yang diharapkan.

Redmond & Willis (2013) menambahkan indikator *Self Efficacy* berdasarkan *social cognitive theory* yaitu *symbolize*, *Self regulatory mechanisms*, *self reflections*, *vicarious learning*, dan *forethought*. Bandura pada tahun 2001 mengembangkan pengukuran *self Efficacy* dengan menggunakan indikator *vicarious learning* (Bandura, 2001), *challenging situation as resilience* (Bandura, 2001) dan *forethought* (Bandura, 2001). Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah merupakan perpaduan dari beberapa indikator yang dikembangkan oleh Bandura, yaitu *Corrective feedback* (1990), *mastery experience* (Bandura, 1989), *vicarious learning* (Bandura, 2001), *challenging situation as resilience* (Bandura, 2001) dan *forethought* (Bandura, 2001). *Self-efficacy* dapat disimpulkan sebagai sebuah wujud kepercayaan individu akan kemampuannya untuk sukses

dalam melakukan sesuatu, menguasai situasi dan menghasilkan sesuatu yang menguntungkan.

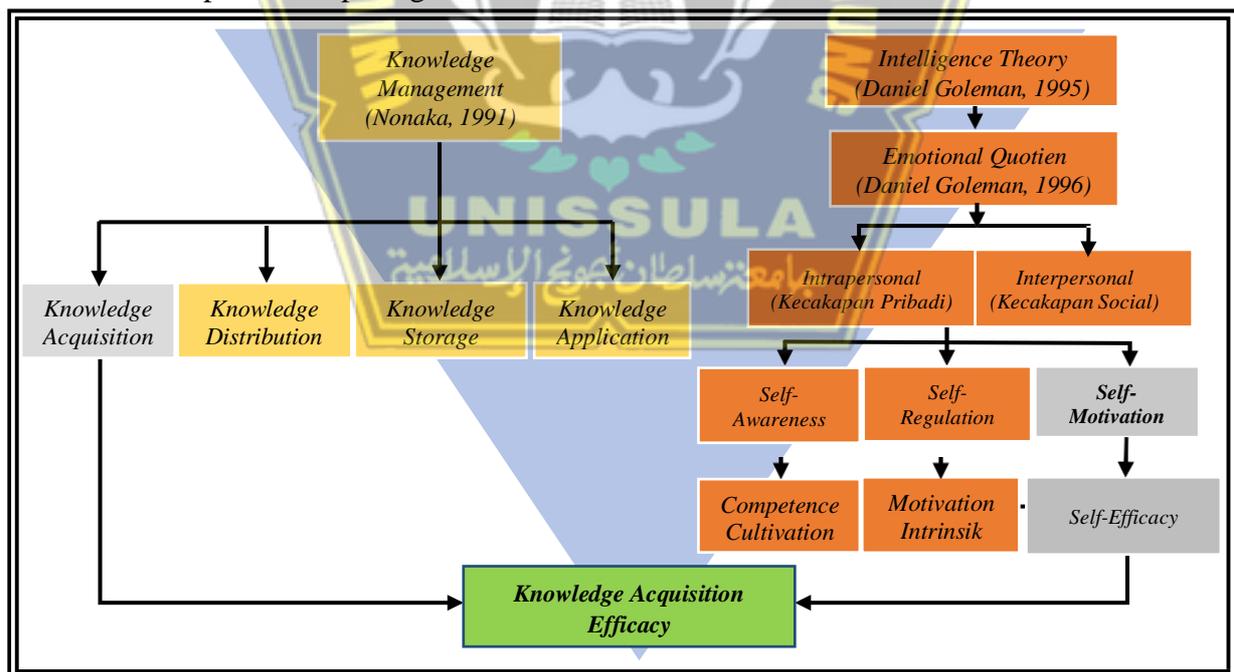


Sumber: Daniel Goleman, 1996; Bandura 2012, Dikembangkan dalam penelitian ini, 2021

Gambar 2. 3 Intelligence Theory dan dimensi Emotional Quotient
Conceptual Mapping Knowledge Acquisition Efficacy

Konsep *Self-efficacy* merupakan konsep yang diturunkan dari *Intelligence Theory* dengan pendekatan *Emotional Quotient* yang dikembangkan oleh Daniel Goleman (1996). *Self-efficacy* merupakan wujud kepercayaan individu akan kemampuannya untuk sukses dalam melakukan sesuatu, menguasai situasi dan menghasilkan sesuatu yang menguntungkan. Kemudian konsep *Self-efficacy* diindikasikan dengan beberapa indikator yaitu *corrective feedback*, *mastery experience*, *vicarious learning*, *challenging situation as resilience* dan *forethought*.

Knowledge Acquisition merupakan konsep yang diturunkan dari *Resources Based Theory* (Barney 1991) dengan pendekatan konsep *Knowledge management*. Pendekatan konsep *knowledge management* menjelaskan bahwa kemampuan organisasi dalam menyaring informasi dan ide-ide yang bersumber dari lingkungan merupakan cara organisasi untuk mengembangkan dan menciptakan sumberdaya perusahaan. Sintesa *Knowledge acquisition* yang diturunkan dari theory *Resources Based Theory* dengan pendekatan *knowledge management*, serta *self-efficacy* yang diturunkan dari *Intelligence theory* dengan pendekatan *Emotional Quotient* melahirkan konsep baru *Knowledge Acquisition Efficacy*. *Conceptual mapping* dari konsep baru *Knowledge Acquisition Efficacy* secara ringkas dapat dilihat pada gambar 2.4 berikut:



Dikembangkan dalam penelitian ini, 2021

Gambar 2. 4 Integrasi Konsep *Knowledge Management* dan *Intelligence Theory* dengan pendekatan *Self-Efficacy*

Pengembangan Proposisi dari konsep *Knowledge Acquisition Efficacy*

Konsep dan proposisi baru yakni *Knowledge Acquisition Efficacy* dibentuk berdasarkan kajian literatur dan teori-teori yang dikemukakan peneliti terdahulu. Pembentukan konsep *Knowledge Acquisition Efficacy* yang dikembangkan pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

I. *Knowledge Acquisition Efficacy* dibangun dari lima dimensi *Knowledge acquisition yaitu* (Yli-Renko, Autio, and Sapienza 2001) dan (Kaba and Ramaiah 2020):

1. *Inquiry and Reflection,*
2. *Professional learning based on experience,*
3. *Collaborative knowledge sharing*
4. *Enhancing the depth of knowledge,*
5. *Enhancing the speed of product development*

II. *Knowledge Acquisition Efficacy* dibangun dari lima dimensi *Self-Efficacy* yaitu:

1. *Corrective Feedback* (Bandura, 1990)
2. *Mastery Experience* (Bandura, 1989)
3. *Vicarious Learning* (Bandura, 2001)
4. *Challenging Situation As Resilience* (Bandura, 2001)
5. *Forethought* (Bandura, 2001)

Dari penggabungan dua pendekatan teori diatas, terbentuk konsep baru *Knowledge Acquisition Efficacy* sebagaimana table 2.2 berikut :

Tabel 2. 2 Integrasi Indikator

<i>Knowledge Acquisition quality</i>	<i>Self-Efficacy</i>	<i>Knowledge Acquisition Efficacy</i>
<i>Inquiry and Reflection</i> (Kaba & Chennupati 2020)	<i>Corrective feedback</i> (Bandura, 1990)	<i>Sharpening corrective feedback</i>
<i>Professional learning based on experience</i> (Kaba & Chennupati 2020)	<i>Mastery experience</i> (Bandura, 1989)	<i>Deepening learning skills</i>
<i>Collaborative knowledge sharing</i> (Kaba & Chennupati 2020)	<i>Vicarious learning</i> (Bandura, 2001)	<i>Intensifying vicarious learning</i>
<i>Enhancing the depth of knowledge</i> (Renko et.al, 2001)	<i>Challenging situation as resilience</i> (Bandura, 2001)	<i>Broadening new knowledge exposure</i>
<i>Enhancing the speed of product development</i> (Renko et.al, 2001)	<i>Forethought</i> (Bandura, 2001)	<i>Quickens knowledge exchange processes</i>

Dari penggabungan dua pendekatan teori diatas, terbentuk konsep baru ***Knowledge Acquisition Efficacy*** dengan indikator yang terkandung didalamnya merupakan penggabungan dari integrasi praktek *knowledge management* dan *intelligence theory* dengan pendekatan *self efficacy* dan *knowledge acquisition* adalah :

1. *Sharpening corrective feedback*, yaitu perasaan yakin untuk mempertajam umpan balik korektif.
2. *Deepening learning skills*, yang merupakan Keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami.

3. *Intensifying vicarious learning*, keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Al-quran).
4. *Broadening new knowledge exposure*, menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru
5. *Quickens knowledge exchange processes*, keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan

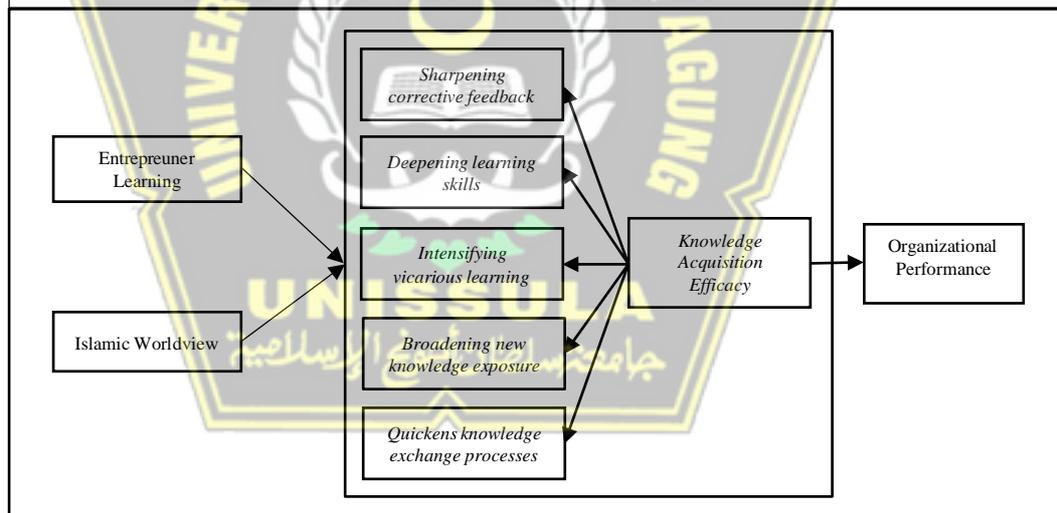
Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Knowledge Acquisition Efficacy* adalah merupakan Keyakinan atas kemampuan diri yang dapat diandalkan, optimis dalam menghadapi tantangan dan rasa ingin tahu yang tinggi sejauh menggunakan kualitas pengetahuan dalam proses berpikir dan berperilaku. *Knowledge Acquisition Efficacy* diindikasikan dengan perasaan yakin untuk mempertajam umpan balik korektif, Keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami, keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Alquran), menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru dan keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan.

Proposisi Konsep *Knowledge Acquisition Efficacy*

Pembelajaran *entrepreneur* yang dilakukan UKM dengan *islamic worldview* akan mendukung perilaku *Knowledge Acquisition Efficacy*.

Proposisi 1 :

Knowledge Acquisition Efficacy merupakan Keyakinan atas kemampuan diri yang dapat diandalkan, optimis dalam menghadapi tantangan dan rasa ingin tahu yang tinggi sejauh menggunakan kualitas pengetahuan dalam proses berpikir dan berperilaku. *Knowledge Acquisition Efficacy* diindikasikan dengan perasaan yakin untuk mempertajam umpan balik korektif, Keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami, keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Al-quran), menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru dan keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan. *Knowledge Acquisition Efficacy* yang didukung oleh *Entrepreneur Learning* serta *Islamic Worldview* akan berpotensi meningkatkan *Organizational Performance*.



Dikembangkan dalam penelitian ini, 2021

Gambar 2. 5 Proposisi 1: *Knowledge Acquisition Efficacy*

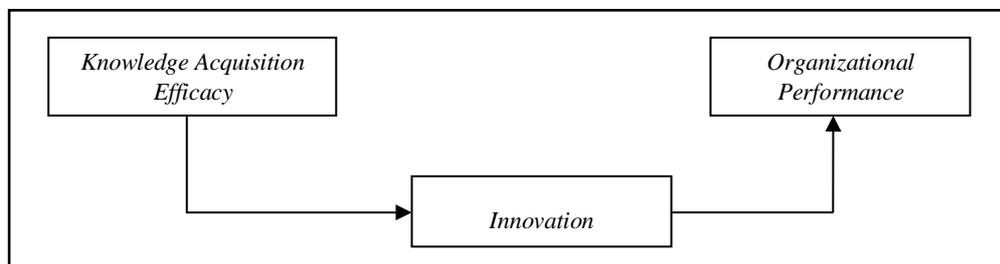
Proposisi 1 pada Gambar 2.5 menunjukkan bahwa meningkatnya *Knowledge Acquisition Efficacy* dipicu oleh *Entrepreneur Learning* dan *Islamic Worldview* sehingga berpotensi meningkatkan *Organizational Performance*.

Perilaku inovatif dapat dilihat sebagai proses motivasi dan kognitif dari individu karyawan atau sekelompok karyawan, yang dinyatakan dalam kegiatan tertentu (Knol and Van Linge 2009). Perilaku inovatif / *innovative behaviour* dapat digambarkan sebagai perilaku yang diarahkan pada subyek yang disengaja, promosi dan implementasi ide-ide baru, proses, produk atau prosedur dalam peran, kelompok atau organisasi (Cangialosi, Odoardi, and Battistelli 2020). Jenis perilaku organisasi ini merupakan inti dari keseluruhan proses inovasi. Bahkan, hal ini dipicu oleh ide-ide individu yang hanya kemudian dapat dikembangkan dan dipromosikan di tingkat organisasi lain sehingga perilaku kerja yang inovatif dianggap sebagai salah satu faktor terpenting dalam mengatasi masalah yang muncul (Hughes et al. 2018; J. P. J. De Jong and Den Hartog 2007).

Knowledge Acquisition Efficacy yang dimiliki oleh pemilik UKM akan mendorong inovasi sehingga dapat meningkatkan *organizational performance*.

Proposisi 2 :

Keyakinan atas kemampuan diri yang dapat diandalkan, optimis dalam menghadapi tantangan dan rasa ingin tahu yang tinggi sejauh menggunakan kualitas pengetahuan dalam proses berpikir dan berperilaku akan meningkatkan *Innovation* dan berpotensi meningkatkan *Organizational Performance*, *Knowledge Acquisition Efficacy* akan meningkatkan *Innovation* dan berpotensi meningkatkan *Organizational Performance*.

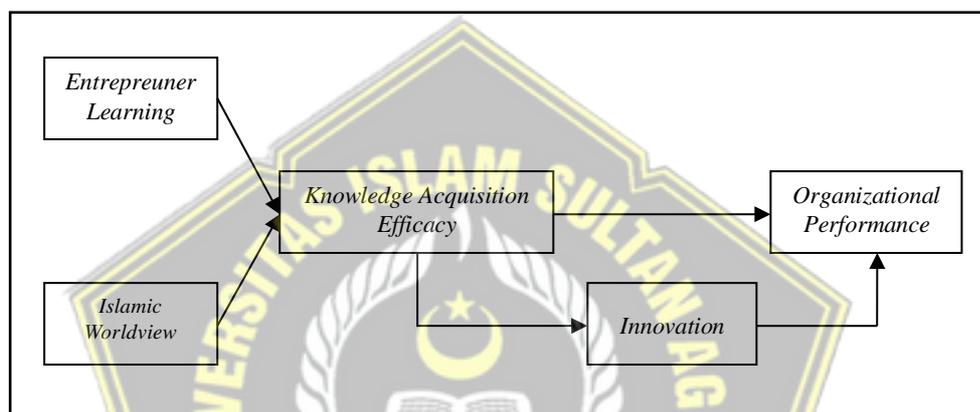


Dikembangkan dalam penelitian ini, 2021

Gambar 2. 6 Proposisi 2: Innovation

Dalam penelitian ini proposisi ke 2 (dua) pada gambar 2.6 menunjukkan bahwa meningkatnya *Innovation* dipicu oleh *Knowledge Acquisition Efficacy* dan berpotensi meningkatkan *Organizational Performance*.

Integrasi proposisi 1 tentang *Knowledge Acquisition Efficacy* dan proposisi 2 *Innovation* membentuk model teoritikal dasar yang disajikan dalam gambar 2.7 dibawah ini :



Dikembangkan dalam penelitian ini, 2021

Gambar 2. 7 Model Teoritikal Dasar *Knowledge Acquisition Efficacy*

Dilihat pada Gambar 2.7 *Knowledge Acquisition Efficacy* berpotensi mewujudkan *Innovation* serta *Organizational Performance*. Bila *Entrepreneur Learning* dan *Islamic Worldview* mampu menghasilkan *Knowledge Acquisition Efficacy* yang baik akan memberi dampak pada pencapaian *Organizational Performance*.

Entrepreneur Learning

Entrepreneur Learning telah mulai dipelajari sejak satu abad yang lalu, memiliki beberapa karakteristik pembelajaran yang berbeda dengan pembelajaran lainnya (Thakre and Mathew 2020). Tiga pasang jenis *Entrepreneur Learning* yang menarik untuk diteliti adalah *individual* dan

collective learning, *exploratory* dan *exploitative learning*, serta *intuitive* dan *sensing learning* (Wang and Chugh 2015).

Exploratory dan *exploitative learning* merupakan tantangan bagi pembelajaran *entrepreneur* bagaimana mengembangkan skill dan sumberdaya yang dibutuhkan untuk mengeksplorasi dan mengeksploitasi kesempatan sebagai dua proses yang berbeda dalam entrepreneurship (Scott and Venkataraman 2006). *Exploratory learning* merupakan proses pembelajaran yang menginterpretasikan dan menggeneralisasikan pengalaman di masa lalu menjadi sebuah pengetahuan baru (Gemell 2017). Proses ini mencari pembelajaran yang meningkatkan perbedaan kinerja. Sedangkan *exploitative learning* menekankan pada proses pencarian langsung yang mampu menerima perencanaan *ex ante* (prediksi dan rekomendasi digunakan sebelum tindakan diambil atau untuk masa datang) dan mengatur batas perbedaan yang didapat dari pendalaman dan pengejawantahan wawasan sebagai peningkatan pengalaman (Soetanto 2017). Hal ini berarti mencari pembelajaran yang meningkatkan kinerja dan membatasi perbedaan integrasi kedua proses pembelajaran ini memiliki perbedaan dalam mengesplorasi dan mengeksploitasi didasari dengan pendekatan kognisi yang dibutuhkan. Dalam kata lain, *exploratory* dan *exploitative learning* merupakan faktor kunci dalam mempelajari dan memahami apa dan bagaimana seorang *entrepreneur* mempelajari mengeksplorasi dan mengeksploitasi peluang yang ada (Wang and Chugh 2015). Proses pembelajaran merupakan proses dimana para *entrepreneur* mencari dan membuat peluang mereka sendiri (Brouwer and

Bradlow 2015). Seorang *entrepreneur* yang sukses memiliki perilaku yang suka berbagi ide dan informasi dengan orang lain, menerima saran dan kritik yang membangun, dan memberikan coaching klinik kepada pengusaha pengusaha lainnya agar terbentuk sebuah jaringan kerjasama yang kuat (Ernest, Matthew, and Samuel 2015). Hasil penelitian Ernest dan Mathew menyatakan bahwa pembelajaran *entrepreneur* bertujuan untuk meningkatkan kreativitas, memiliki daya inovasi yang tinggi, jiwa wirausaha, menjadi seorang yang memiliki kemampuan untuk memecahkan masalah dengan efektif, untuk berkomunikasi dan memiliki jaringan serta menjadi pemimpin (Ernest, Matthew, and Samuel 2015).

Entrepreneurial Learning menjadi salah satu variasi proses eksperiensial dan kognitif yang digunakan untuk mendapatkan, mempertahankan, menggunakan dan membagikan pengetahuan kewirausahaan (Ernest, Matthew, and Samuel 2015). Proses pembelajaran yang mengeksplorasi dan mengeksplorasi peluang yang ada memungkinkan seorang *entrepreneur* untuk merespon kondisi pasar dan menentukan strategi pembaharuan yang akan dilakukan sebagai langkah inovasi (Sheng and Chien 2016). Pembelajaran *entrepreneur* dapat memfasilitasi pengembangan kapabilitas dinamis seseorang dalam mengadaptasi perubahan pasar dan melakukan inovasi yang tepat (Fernández-Mesa and Alegre 2015).

Definisi *Entrepreneur learning* tidak secara jelas ditetapkan (Lise Hunter and Lean 2018). Pendekatan untuk *entrepreneur learning* sebagian besar tidak sistematis dan tidak sesuai dengan variabel lintas institusi dan dalam aspek

psikologis (Varblane and Mets 2010). Evaluasi *entrepreneur learning* dinilai tidak konsisten, mulai dari niat wirausaha sebagai indikator efektivitas (Fayolle, Gailly, and Lassas-Clerc 2006), basis sumber daya motivasi dalam diri peserta pembelajaran, sifat kewirausahaan, kompetensi dan keterampilan manajerial (Isaacs et al. 2007).

Tabel 2. 3 State of the art Entrepreneur Learning

No	Peneliti	Hasil
1	(Young and Sexton 1997)	<p><i>Entrepreneur learning</i> merupakan proses aktif dan <i>cognitif</i> yang harus dilakukan seorang <i>entrepreneur</i> yang merujuk pada</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Entrepreneur Knowledge</i> yaitu <i>concepts, skills, business mentality</i> yang digunakan oleh <i>entrepreneur</i> untuk mengembangkan bisnisnya. 2. <i>Entrepreneur skills</i> yaitu pengetahuan tentang perilaku yang dibutuhkan <i>entrepreneur</i> dalam mengembangkan bisnisnya seperti kemampuan negosiasi, <i>interpersonal, presentation skills</i> dan kemampuan untuk membangun bisnis. 3. <i>Entrepreneur concepts</i> yaitu bagaimana seseorang mampu untuk bertindak sebagai seorang <i>entrepreneur</i> dan mampu mendapatkan keuntungan dengan cepat
2	(Cope 2003)	<i>Entrepreneur learning</i> merupakan gabungan dari <i>lower level learning (single level learning dan routine level)</i> ; dan <i>double loop learning, transformative dan generative learning</i>
3	(Charlotta A. Sirén et al. 2011)	Model kewirausahaan strategis memahami peran belajar dan kemampuan dinamis dalam kewirausahaan strategis, kita akan berada dalam posisi yang lebih baik untuk mengerti ketegangan yang disebabkan oleh eksplorasi dan eksploitasi
4	(Goel and Jones 2016)	<i>Entrepreneur Learning</i> yang direpresentasikan dalam eksplorasi dan eksploitasi akan meningkatkan kesuksesan, inovasi, <i>competitive advantage</i> , kesejahteraan dan kinerja.

- 5 (Shirokova, Vega, and Sokolova 2013) Kewirausahaan mencakup eksplorasi peluang dan eksploitasi peluang yang terungkap. Kegiatan eksplorasi termasuk eksperimen, dan variasi, pencarian peluang baru, inovatif, proaktif dan mengambil risiko, berbagi nilai-nilai kewirausahaan yang ditujukan untuk inovasi, pasar kepemimpinan, inisiatif pribadi, kreativitas dan kesiapan untuk mengambil risiko. eksploitasi mencakup faktor-faktor seperti investasi, menilai sumber daya yang berhubungan dengan pengetahuan, pembelajaran organisasi, dan perkembangan dan transisi perubahan organisasi.

Pembelajaran eksploratif dan eksploitatif adalah jenis pembelajaran utama untuk memahami apa dan bagaimana wirausahawan lakukan pada proses pembelajaran. Meskipun kedua jenis pembelajaran ini dapat terjadi di setiap organisasi, perusahaan wirausaha lebih rentan terhadap tingkat pembelajaran eksploratif daripada perusahaan non-wirausaha, karena mereka sering beroperasi di lingkungan yang tidak pasti (Lise Hunter and Lean 2018). Proses pembelajaran yang terkait dengan pengembangan pengetahuan yang ada dan membangun pengetahuan baru, dan kemudian membedakan kegiatan ini sebagai pembelajaran eksploitatif dan eksploratif. Eksploitasi mengacu pada efisiensi penggunaan aset kognitif, sedangkan eksplorasi mengacu pada pengembangannya (Brouwer and Bradlow 2015).

Exploitative Learning

Eksploitasi pada dasarnya adalah proses memperoleh kompetensi dengan mengadopsi, sintesis dan menerapkan pengetahuan yang sudah ada (Zhang, Xiao, and Gao 2019). Hal ini membutuhkan pengetahuan yang telah diciptakan dan diinternalisasi untuk digunakan dan menciptakan kehandalan dalam pengalaman. Eksploitasi mengacu pada penerapan pengetahuan

eksternal untuk memperbaiki produk yang sudah ada organisasi dan meningkatkan prosesnya (Wensley et al. 2011)

Organisasi pembelajar mengacu pada perubahan pengetahuan organisasi (atau memori) ketika sumber daya manusia memperoleh pengalaman dengan suatu pemecahan masalah (Cegarra-navarro 2007). Beberapa pendapat lain menyatakan bahwa belajar adalah tindakan mencari pengetahuan atau keterampilan dan dianggap sebagai pengujian terus menerus dari pengalaman serta merupakan transformasi pengetahuan untuk mengidentifikasi dan memecahkan masalah organisasi (Maktabi and Khazaei 2014). Akibatnya, organisasi mendapatkan wawasan baru dari sumber daya manusia sehingga meningkatkan kemampuan organisasi. Pembelajaran *eksploitasi* disimpulkan sebagai kemampuan untuk mengeksploitasi produk saat ini dengan tujuan menarik pasar pelanggan baru, yang sesuai dengan strategi pertumbuhan pengembangan pasar. Indikator eksploitasi mencakup hal-hal seperti; Menekankan pada pencarian langsung pengetahuan dari sumbernya (*Emphasis on direct search*), Melakukan evaluasi untuk membatasi variasi pengetahuan pengalaman dan informasi yang dapat digunakan (*Control to limit variety*), Mengasah pengetahuan dan menyempurnakan kompetensi serta skill dalam penciptaan produk dan jasa (*Honing in on*), dan Memperdalam wawasan tentang produk yang akan di produksi (*Deepening initial insight*) (Wang, C. L. & Chugh, H, 2015).

Exploratory Learning

Eksplorasi pengetahuan dimulai dengan pencarian, variasi, mengambil risiko, percobaan, dan inovasi, dan adalah tahap di mana praktek-praktek baru diperkenalkan (Lavie, Stettner, and Tushman 2010). Organisasi dapat mendorong eksplorasi pengetahuan dengan pertemuan formal, pertemuan informal dan berinteraksi dan bekerja sama untuk pencapaian tujuan tertentu (Cegarra–navarro 2005). Eksplorasi pengetahuan seringkali diperlukan untuk mengeksplorasi kemampuan baru, dan juga meningkatkan pengetahuan dasar yang sudah ada organisasi (Abebe and Angriawan 2014). Oleh karena itu pembelajaran organisasional merupakan inti dari kegiatan eksplorasi adalah menciptakan berbagai pengalaman yang berhubungan dengan memperluas pengetahuan. Kegiatan eksplorasi tersebut termasuk mencari norma organisasi baru, rutinitas, struktur, dan system, bereksperimen dengan pendekatan baru terhadap teknologi, proses bisnis, atau pasar, berinovasi dan mengadopsi orientasi jangka panjang, dan mempertimbangkan kembali keyakinan yang ada dan keputusan (Mom et al. 2007). Jadi eksplorasi merupakan prasyarat untuk eksploitasi, tetapi manfaat eksplorasi juga tergantung pada jumlah pengetahuan yang telah akumulasi dan belajar melalui eksploitasi (rutinitas misalnya aturan dan prosedur).

Perspektif islam manusia diperintahkan untuk membaca sebagai mekanisme dalam mencari pengetahuan (Al Qur'an 96:1-5). Hal ini harus dilakukan dalam nama Allah, Sang maha pencipta, Maha pemurah. perintah

disini bukan hanya untuk mengumpulkan pengetahuan dan informasi, tetapi manusia mengatur, merencanakan dan mengelola dengan baik pengetahuan diberikan kepadanya.

Pembelajaran *eksplorasi* disimpulkan sebagai kemampuan untuk mengeksplorasi strategi pertumbuhan pengembangan produk. Indikator *Eksplorasi* mencakup hal-hal yang dihasilkan dari proses, fokus pada penemuan ilmu dan informasi (*Focus on discovery*), memberlakukan pengetahuan dan konsep baru dengan tehnik baru (*Enactment*), interpretasi ilmu dan pengetahuan untuk menghasilkan produk baru (*Interpretation to generate*), dan mencari variasi pengetahuan dengan berbagai macam cara untuk menghasilkan produk yang baik (*Variance seeking learning*) (Wang, C. L. & Chugh, H, 2015).

Entrepreneur learning diharapkan menjadi inkubator dan katalisator yang efektif untuk penciptaan lapangan kerja, pengembangan ekonomi dan pengentasan kemiskinan melalui pelatihan, penelitian, konsultasi dan layanan lainnya di bidang pengembangan usaha (L Hunter and Lean 2018). *Entrepreneur learning* adalah proses pengembangan berdasarkan pembelajaran seumur hidup dengan menyediakan pembelajaran keterampilan dasar lainnya dan memotivasi siswa untuk belajar (Cismas, 2017).

Perbedaan orientasi kewirausahaan individu dan karakteristik situasional terkait dengan promosi dan orientasi tujuan karir pada gilirannya memotivasi individu untuk mendekati dan menghindari karir potensial

dalam pekerjaan berbayar atau sebagai pengusaha (Dou et al. 2020). *Entrepreneurship learning* telah ditemukan sebagai salah satu factor penting dalam mendorong dan mengembangkan jiwa, *passion* dan perilaku wirausaha (Khadijah et al. 2017). *Entrepreneurship learning* memberikan pengaruh yang *significant* terhadap ketertarikan seseorang terhadap *entrepreneurship* (Khadijah et al. 2017). *Entrepreneurship learning* secara signifikan telah mempengaruhi motivasi seseorang (Karimi et al. 2016).

Beberapa penelitian yang berbeda telah mengintegrasikan sudut pandang modal sosial dan pembelajaran organisasi untuk menemukan bagaimana mereka dapat mempengaruhi mentransfer pengetahuan perusahaan, mengakses sumber daya pengetahuan baru dan keberhasilan kompetitif perusahaan (Karimi et al. 2016). Pembelajaran eksplorasi dan eksploitasi yang dilakukan memperkuat keterampilan dan kemampuan memecahkan masalah anggota organisasi dan mendorong mereka untuk mencari pengetahuan baru (Chegini 2018). Pembelajaran eksplorasi dan eksploitasi dihasilkan dari bertukar orang satu sama lain atau menggabungkan sumber daya yang ada dan meningkatkan identifikasi dan memperoleh pengetahuan baru (Chegini 2018).

Ketika wirausahawan terlibat dalam lebih banyak eksplorasi untuk mengidentifikasi peluang baru dan membantu mereka menunjukkan keunikan mereka sendiri dan menunjukkan tingkat efikasi diri yang tinggi (Markowska and Wiklund 2020).

H1 : Semakin baik *Exploitative Learning* maka semakin meningkat *Knowledge Acquisition Efficacy*

H2 : Semakin baik *Exploratory Learning* maka semakin meningkat *Knowledge Acquisition Efficacy*.

Islamic Worldview

Al-Mawdudi mengistilahkannya dengan *Islami Nazariyat (Islamic Vision)*, Sayyid Qutb menggunakan istilah *al-Tasawwur al-Islami (Islamic Vision)*, Atif al-Zayn menyebutkan *Al Mabda' Al-Islami (Islamic Principle)*, al-Attas (1995: 2) menamakannya dengan *Rukyatul Islam lil Wujud (Islamic Worldview)*. Jika definisi-definisi tersebut digabungkan maka *Islamic worldview* adalah “*Aqidah Fikriyah* atau kepercayaan yang berdasarkan pada akal, yang dasarnya adalah keesaan tauhid, yang terbentuk dalam pikiran dan hati setiap muslim dan berpengaruh terhadap pandangannya tentang keseluruhan aspek kehidupan” Jika struktur pengetahuan dalam *worldview* yang mendukung kegiatan *intelektual* dalam pengertian epistemologis, maka akan lahir definisi pengetahuan yang tidak hanya memberi penekanan pada konsep besar, tetapi juga menghasilkan dalam pikiran intelektual kerangka kerja umum dari teori pengetahuan. Konsep pengetahuan kemudian menghasilkan konsep kebenaran, karena tujuan utama ilmu pengetahuan adalah pengetahuan sejati, yang pada gilirannya mengarah pada konsep metode, karena ilmuwan ingin mengetahui bagaimana pengetahuan sejati itu dicapai (Zarkasy: 2008:2). Al-Mawdudi menyatakan bahwa *Worldview* muslim terhadap Islam, yaitu: meyakini bahwa Islam sebagai satu agama yang mutlak, benar dan sempurna. sebagai satu sistem hidup, dan sebagai satu

kebulatan ajaran yang eternal dan universal, mengilmui Islam, mengamalkan Islam, mendakwahkan Islam dan sabar dalam ber-Islam. dari kalimat diatas dapat diartikan bahwa kita sebagai umat Islam harus merasa memiliki, menjaga, memelihara, membangun, dan mengembangkan sistem hidup yang dimiliki untuk dapat menjadi sarana untuk beribadah padanya. Ummat Islam harus meningkatkan komitmen terhadap bidang keilmuan masing-masing dengan jalan meningkatkan kreasi, prestasi, dan reputasi dengan penuh ketekunan, perhatian, dan pengabdian. (Al-Maududi 1967: 14).

Tawhidic Paradigm

Kerangka paradigma Tauhid atau pemikiran tauhid Islam adalah fitrah manusia sebagai khalifah dan abd Allah. Paradigma tauhid menunjukkan tentang menghubungkan dua dimensi kehidupan duniawi (*al Dunya*) dan akhirat (*al Akhirah*) dalam konteks pembuatan kebijakan organisasi, mengaktifkan proses bisnis, memutuskan tindakan dan membuat keputusan (Fitriansyah and Tsurayya 2020). Dampak langsung dari paradigma Tauhid adalah menjalankan amanah untuk mempromosikan kebaikan dan mencegah kejahatan (Al-Faruqi 1992). Pemahaman ini didasarkan pada beberapa konsep, yaitu pengetahuan (*al 'ilm*), keyakinan sejati (*al iman*), dan integritas (*al ihsan*) (S. M. Sarif and Ismail 2011). Paradigma tauhid memberikan pemahaman untuk melakukan perbuatan yang sejalan dengan keimanan (*'aqīdāh*), ibadah (*'ibādāh*), dan etika (*akhlāq*) dalam hidup sebagai hamba dan wakil Allah (Tun et al. 2018). Dalam kehidupan sehari-hari, seseorang harus mendapatkan value yang baik, menjalani kehidupan

sebagai hamba dan khalifah Allah, meningkatkan nilai dalam kehidupan, dan berorientasi akhirat.

Tawhidic Paradigm atau paradigma tauhid ini merupakan paradigma yang digunakan oleh beberapa ilmuwan tafsir dalam upaya merespon dan memberi solusi terhadap berbagai persoalan keadilan, hak asasi, dan isu-isu kemanusiaan (Ismail and Sarif 2011). Secara singkat dapat dikatakan bahwa *Tawhidic Paradigm* ini memandang semua makhluk Tuhan dengan pandangan kesetaraan sehingga berimplikasi kepada anggapan bahwa yang paling tinggi adalah tuhan itu sendiri. Dengan menempatkan tuhan pada posisi paling tinggi membawa kepada konsekuensi bahwa seluruh makhluk tuhan setara. Kesetaraan ini sendiri nantinya akan mengantarkan kepada anggapan bahwa atas nama makhluk tuhan seluruhnya setara tidak ada perbedaan dan tidak ada yang merasa paling karena adanya fungsi dan peran masing-masing dalam menjalani kehidupan, apabila hal-hal ini dapat diterima dan dipahami dengan baik maka keragaman dan perbedaan bukanlah sebuah keniscayaan (Fitriansyah and Tsurayya 2020).

Tauhid merupakan salah satu cabang ilmu yang sangat inti dalam Islam. Hal ini dikarenakan pembahasan yang ada di dalam ilmu tauhid membahas mengenai konsep ketuhanan yang merupakan konsep inti dalam pemahaman seluruh umat beragama manapun. Istilah tauhid sendiri berasal dari bahasa arab yang merupakan masdar dari kata Wahhada, Yuwahhidu, Tauhidan yang secara etimologis, tauhid memiliki arti keesaan, maksudnya ialah yakni bahwa Allah Swt. adalah esa, tunggal, dan satu. Sejalan dengan

pengertian tersebut, dalam hal ini tauhid menekankan bahwa Allah adalah tunggal baik dalam dzat, sifat, maupun perbuatannya. Definisi lainnya yaitu yang diutarakan Al-Farabi yang mendefinisikan ilmu tauhid sebagai kemampuan yang dimiliki seseorang untuk membela pandangan-pandangan dan perbuatan- perbuatan yang secara tegas disampaikan oleh Rasulullah, dan membantah apapun yang menyelisihinya (Suhaimi Mhd Sarif 2019).

Dalam perkembangannya sebagai sebuah diskursus ilmu, tauhid juga mengalami perkembangan salah satunya dari segi klasifikasinya. Dalam hal ini setidaknya ada 3 macam klasifikasi tauhid, (M. S. Sarif 2017) yaitu:

1. Tauhid Rububiyah, adalah keyakinan seorang mukmin bahwa alam semesta ini diciptakan oleh Allah Swt, dan senantiasa mendapatkan pengawasan dan pemeliharaan dari pada-Nya.
2. Tauhid Uluhiyah, tauhid ini muncul karena adanya tauhid rububiyah, yaitu sikap konsistensi seorang mukmin bahwa segala pujian, doa, dan harapan, amal dan perbuatannya hanyalah semata untuk mengabdikan dan berbakti kepada Allah.
3. Tauhid Asma wa Sifat, yaitu menetapkan nama-nama dan sifat-sifat yang sudah ditetapkan Allah untuk diri-Nya melalui lisan Rasul-Nya dengan cara yang sesuai kebesaran-Nya. Serta menolak atau menafikan semua sifat yang dinafikan Allah terhadap diri-Nya, baik melalui kitab sucinya al-Quran atau melalui sunnah Rasul-Nya (Anor Salim et al. 2019).

Istilah 'Tauhid' dalam bahasa Arab diartikan sebagai Keesaan Allah (Anor Salim et al. 2019). Kata sifatnya adalah 'tawhidic' atau '*nature of oneness*' (Ismail and Sarif 2011) Di sisi lain, 'paradigma' dapat didefinisikan sebagai 'pola pemikiran ilmiah tentang kebenaran melalui berbagai pengamatan dan eksperimen' (Anor Salim et al. 2019). Paradigma merupakan hal yang penting dalam keimanan Islam karena berkaitan dengan kalimahshahada, suatu pernyataan yang menuntut kesesuaian pemikiran, pemahaman, perasaan, tindakan dan keputusan seseorang terhadapnya.

Iman Islam mewartakan melalui Sumpah Ilahi yang disebut kalimah syahadat, pernyataan yang mengakui ketundukan penuh kepada Allah dan ajaran Nabi Muhammad (SAW). Paradigma ini mengangkat ruh hubungan antara Allah dengan manusia, manusia dengan manusia, dan manusia dengan makhluk lain, berdasarkan dua nilai inti - amanah (amanah) dan keadilan ('adl) (S. M. Sarif and Ismail 2011). Konsep amanah (*al amanah*) merupakan perintah Ilahi untuk menerima tanggung jawab. Kemampuan untuk memenuhi amanah (*al amanah*) dan kewajiban (*al fara'id*) disertai dengan bimbingan dan kemampuan (Al-Faruqi 1992).

Berdasarkan perspektif Tauhid, pengertian tentang pemenuhan persyaratan hukum yang tepat, norma yang baik dan nilai-nilai etika pada pengusaha UKM yang harmonis terhadap masyarakat merupakan dasar dari kepercayaan dan keadilan yang merupakan prinsip atau filosofi panduan untuk mencapai tujuan organisasi. Dimana tanggung jawab dalam

pelaksanaannya akan bertumpu pada tugas sebagai abdi (*'abd*) dan khalifah (*khalifah*) Allah (Ismail and Sarif 2011). Misi dalam melaksanakan tugas akan mendukung komitmen kepada Allah, yang akan menciptakan sikap positif yang mencerminkan ketaatan pada Tauhid.

Tauhid menyiratkan misi dan moralitas umat manusia baik dalam konteks sosial dan spiritual. Tanggung jawab umat manusia di bawah tauhid terbagi dalam dua kategori; *fardhain* yaitu kewajiban individu untuk menjalankan kewajiban agama dan *fardkifayah*, yang merupakan kewajiban manusia untuk mengabdikan kepada seluruh masyarakat, melalui pelayanan kepada sesama yang diperlukan agar masyarakat dapat hidup aman dan nyaman (S. M. Sarif, Sarwar, and Ismail 2015).

Paradigma Tauhid dalam kewirausahaan diimplikasikan sebagai sebuah pengaruh hukum, norma dan nilai-nilai etika pada kewirausahaan yang mendorong dan memperkuat kebaikan (*al makruf*) dan menghindari kejahatan (*al munkar*) (Azan, Sarif, and Ismail 2019). Di dalamnya termasuk kebaikan (*khayr*), kebenaran (*birr*) dan halal (*halal*) yang pantas mendapat pahala positif (*ajr*) (Ismail and Sarif 2011).

Berdasarkan tanggapan informan mengenai faktor keharmonisan dalam hubungannya dengan paradigma Tauhid, aspek penting yang menghubungkan antara pengusaha UKM dan masyarakat adalah Representasi perseptual yang dicirikan sebagai umat yang selalu menjalankan perintahNya dan menjauhi laranganNya (*Mental Imagery*), memanfaatkan akal dan pikiran yang telah di karuniakan kepadanya untuk

sebaik baik manfaat (*Thinking*), dan Visualisasi dari nilai nilai Islam dalam perilaku individu (*Mental Visualization*) (Azan, Sarif, and Ismail, 2019). *Tawhidic paradigm* mengintegrasikan kemampuan dan faktor sosial para pengusaha dan berasimilasi ke dalam pendekatan Islam yang mengangkat ibadah kepada Allah.

H3 : Semakin baik *Tawhidic Paradigm* maka semakin meningkat *Knowledge Acquisition Efficacy*.

Knowledge Acquisition Efficacy

Knowledge memiliki kekuatan yang cukup besar untuk meningkatkan jejaring sosial, dalam hal ini perusahaan memiliki kekuatan untuk membangun ikatan jaringan dengan koneksi internal dan eksternal untuk mempertahankan pertumbuhan dan bertahan hidup (Cegarra-Sánchez et al. 2020). *Self-motivation* berfungsi untuk menjaga integritas jaringan hubungan sosial seseorang (Prendergast and Thomsen 2017). Keterlibatan seseorang dengan digital media dipengaruhi oleh *Self-motivation*, karena mendukung kepuasan dasar kebutuhan psikologis (Peters, Calvo, and Ryan 2018). Temuan penelitian yang menggambarkan pengaruh motivasi dalam merangsang minat dan menghasilkan aktivitas berkelanjutan yang terkait dengan jejaring menunjukkan bahwa motivasi wirausahawan memiliki peran penting dalam pembentukan jejaring (Solesvik, Iakovleva, and Trifilova 2019).

Menurut Pateli dan Lioukas (2019), inisiatif kinerja inovasi terbuka perusahaan membutuhkan pengetahuan eksternal, mengintegrasikannya dengan pengetahuan yang ada di berbagai area fungsional, dan mengubahnya menjadi berbagai hasil inovasi. Oleh karena itu, kinerja inovasi perusahaan

didasarkan pada pemanfaatan pengetahuan eksternal dan internal (McKelvie et al., 2018). Baik sumber pengetahuan eksternal maupun internal penting untuk inovasi (Rastrollo-Horrillo & Rivero Díaz, 2019). Dengan demikian, penting untuk mengidentifikasi hubungan antara pengetahuan dan kinerja inovasi terbuka perusahaan. *Knowledge Acquisition Efficacy* yang merupakan penggabungan dari integrasi *knowledge management* dengan pendekatan *knowledge Acquisition*; dan *intelligence theory* dengan pendekatan *self-efficacy* akan meningkatkan kemampuan UKM dalam meraih *innovative behaviour*. Sehingga hipotesis yang diajukan adalah :

H4 : *Knowledge Acquisition Efficacy* berpengaruh terhadap *innovative behaviour*

Dampak positif dan signifikan dari modal intelektual pada kinerja UKM dapat membantu pengusaha, pembuat kebijakan dan manajer untuk lebih memahami pentingnya mengkapitalisasi aset tak berwujud untuk menciptakan daya saing di pasar (Khalique et al. 2018). Setiap dimensi kemampuan pengetahuan memiliki efek positif pada kinerja (Deng 2006). Aplikasi pengetahuan ditemukan sebagai dimensi yang paling signifikan berkorelasi dengan kinerja proses *outsourcing* bisnis. Seluruh proses manajemen pengetahuan sangat penting untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Kimaiyo, Kapkiyai, and Sang. 2015). Pengetahuan merupakan alat yang efektif untuk meningkatkan kinerja karena memberikan keuntungan kompetitif bagi organisasi yang sulit ditiru oleh pesaing mereka (Ha, Lo, and Wang 2016).

Perusahaan disarankan untuk menerapkan manajemen pengetahuan secara terus menerus dengan menciptakan pengetahuan baru, mengubah pengetahuan

menjadi strategi baru, belajar dari pengalaman sebelumnya, dan melindungi pengetahuan mereka untuk mencapai kinerja yang lebih baik. *Self-efficacy* menciptakan pengetahuan, dan niat untuk berbagi pengetahuan sangat penting untuk mengikat jejaring yang berkualitas bagi organisasi (Kim, Dar-Nimrod, and MacCann 2018). Organisasi harus memastikan SDM memiliki kapasitas daya serap yang cukup untuk menerima pengetahuan sehingga dapat meningkatkan kinerjanya dengan pengetahuan barunya tersebut (Mills and Smith 2011) Bagaimana pengetahuan dapat mempengaruhi kinerja adalah tergantung pada seberapa besar pengetahuan tersebut dapat diterima dan dipelajari (McIver, Fitzsimmons, and Lengnick-Hall 2019) sedangkan (Masa'deh et al. 2016) menyatakan bahwa penerapan yang baik akan mampu meningkatkan kinerja.

H5 : Semakin baik *Knowledge Acquisition Efficacy* maka semakin meningkat Kinerja UKM

Innovative Behaviour

Inovasi adalah tujuan yang diinginkan bagi perusahaan modern yang sukses, namun karena inovasi relatif sulit dicapai tetapi dianggap bernilai tinggi, dalam banyak hal dapat dikatakan mewakili versi modern dari kata Yunani 'Eureka' (yang berarti, *I've found it*). *Innovative behaviour* memiliki berbagai konsekuensi yang diinginkan bagi suatu organisasi dan menimbulkan sejumlah risiko bagi karyawan termasuk mengharuskan organisasi untuk mengatasi resistensi terhadap perubahan dan berpotensi meningkatkan beban kerja mereka saat perubahan diterapkan (Bednall et al. 2018).

Inovasi lebih menekankan pada ciri-ciri sesuatu yang diamati sebagai sesuatu yang baru bagi individu atau masyarakat sedangkan perilaku inovatif menekankan pada kreativitas yang mendorong proses perubahan sikap dari tradisional ke modern, atau dari sikap yang belum maju ke sikap yang sudah maju (Jj. P. J. de Jong and Hartog 2008; Park et al. 2020).

Perilaku inovatif digambarkan sebagai aktivitas yang bertujuan untuk memperkenalkan ide atau gagasan baru yang bermanfaat terkait dengan proses, produk, dan prosedur (Bednall et al. 2018). Definisi perilaku inovatif menurut Wess & Farr (J. P. J. De Jong and Den Hartog 2007) adalah semua perilaku individu yang bertujuan untuk menghasilkan, memperkenalkan, dan menerapkan hal-hal 'baru', yang berguna pada organisasi.

Dua dimensi yang mendasari perilaku inovatif, yaitu kreativitas dan pengambilan risiko (Jj. P. J. de Jong and Hartog 2008). Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru yang terdiri dari 3 aspek, yaitu keterampilan, keterampilan berpikir fleksibel dan imajinatif, serta motivasi internal (Slåtten, Mutonyi, and Lien 2020). Namun, biasanya dalam proses inovasi, individu memiliki ide-ide baru, berdasarkan proses berpikir imajinatif dan didukung oleh motivasi internal yang tinggi akan tetapi seringkali proses inovasi berhenti pada tataran hanya menghasilkan ide-ide kreatif dan belum terealisasikan, sehingga hal ini tidak dapat dikategorikan sebagai perilaku inovatif (Hughes et al. 2018; Janssen 2003).

Mengimplementasikan sebuah ide membutuhkan keberanian karena memperkenalkan 'hal-hal baru' melibatkan risiko (Slåtten, Mutonyi, and Lien

2020). Keberanian untuk mengambil resiko dalam mendorong ide-ide baru untuk menghadapi hambatan yang menghadang merupakan cara untuk mengubah ide-ide kreatif menjadi kenyataan (Z. Zhou and Verburg 2020). Pemberdayaan Perilaku inovatif diukur menggunakan indikator yang dikembangkan oleh (Jj. P. J. de Jong and Hartog 2008). yaitu generasi ide (menciptakan ide-ide baru untuk perbaikan), promosi ide (memobilisasi dukungan untuk ide-ide inovatif) dan realisasi ide (mengubah ide-ide inovatif menjadi aplikasi yang berguna). Perilaku inovatif dapat disimpulkan sebagai sebuah proses motivasi dan kognitif dari individu karyawan atau sekelompok karyawan dalam memperkenalkan ide baru, proses atau prosedur baru, implementasi eksplorasi peluang dan aplikasi baru. Empat dimensi perilaku kerja inovatif diantaranya adalah pengakuan masalah, generasi ide, mobilisasi dukungan dan realisasi ide (Janssen 2005).

Hasil yang dihasilkan dari analisis dampak inovasi terhadap kinerja perusahaan dalam penelitian (Rizki et al., 2019) menyatakan bahwa perilaku inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Oleh karena itu, perusahaan yang inovatif harus mendorong karyawan untuk menjadi inovatif untuk memaksimalkan pengaruh kinerja inovatif terhadap kinerja organisasi. Studi (Olayemi et al., 2020) menetapkan bahwa perusahaan manufaktur harus melibatkan kemampuan untuk memahami ide baru untuk memanfaatkan perubahan dalam lingkungan bisnis dan mengintegrasikan inovasi ke dalam strategi perusahaan untuk meningkatkan kinerja. Berdasarkan pembahasan teoritis di atas, hipotesis berikut diajukan:

H6 : Semakin baik *Innovative Behaviour* maka semakin meningkat Kinerja UKM

Kinerja UKM

Kinerja didefinisikan sebagai refleksi dari pencapaian keberhasilan perusahaan yang dapat dijadikan sebagai hasil yang telah dicapai dari berbagai aktivitas yang dilakukan (Dickel and Moura 2016). Kinerja merupakan apa yang dilakukan dan tidak dilakukan karyawan (Lodhi et al. 2017). Kinerja tidak hanya berkaitan dengan keseluruhan organisasi tetapi juga bagian dalam organisasi termasuk aktivitas, proses serta individu karyawan (Latino et.al, 2019).

Kinerja merupakan sesuatu yang dapat diukur, baik diukur menggunakan angka atau menggunakan sebuah ekspresi yang memungkinkan terjadinya komunikasi (Khalid, Islam, and Ahmed 2019). Kinerja berarti berupaya, sesuai dengan maksud tertentu, untuk menghasilkan sesuatu (Carmeli and Tishler 2004). Di dalam Al- Qur'an di bahas mengenai kinerja dalam QS. Al- Ahqaaf ayat 19 sebagai berikut:

وَلِكُلِّ دَرَجَةٍ عَمَلٌ وَأُولَئِكَ يَرْجِعُونَ
 وَرَبُّكَ يَخْلُقُ مَا يَشَاءُ وَيَخْتَارُ
 مَا كَانَ لَكُم مِّنْ عَمَلٍ غَيْرِ
 وَأُولَئِكَ يَرْجِعُونَ
 وَرَبُّكَ يَخْلُقُ مَا يَشَاءُ وَيَخْتَارُ
 مَا كَانَ لَكُم مِّنْ عَمَلٍ غَيْرِ
 وَأُولَئِكَ يَرْجِعُونَ

“19. Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan”

Allah akan membalas setiap amal dan perbuatan manusia berdasarkan apa yang telah mereka kerjakan, jika manusia mengerjakan pekerjaan dengan sebaik – baiknya dan menunjukkan kinerja yang baik pula terhadap organisasinya maka akan mendapatkan hasil yang baik pada perkerjaannya dan

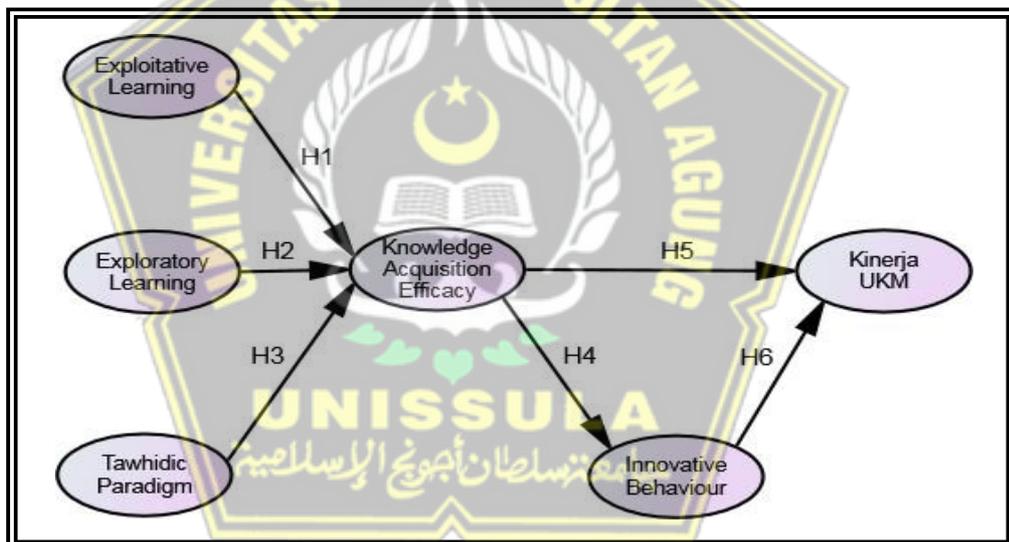
memberikan keuntungan bagi organisasinya. Manusia akan mendapatkan balasan sesuai dengan apa yang dikerjakannya.

Kinerja merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam organisasi, sesuai dengan kewenangan dan tanggung jawabnya masing-masing guna mencapai tujuan organisasi (Nold and Michel 2016). Kinerja atau pencapaian atau pencapaian seseorang terkait tugas yang diberikan kepadanya (Kumar 2019). Kinerja dapat dikatakan sebagai fungsi dari kemampuan, usaha dan dukungan oleh sumber daya manusia (Dastmalchian et al. 2018). Kinerja adalah apa yang dapat dilakukan oleh seseorang sesuai dengan tugas dan fungsinya (Gede Riana et al. 2020). Kinerja adalah segala sesuatu yang dilakukan dan dihasilkan seseorang dalam menjalankan fungsi suatu pekerjaan (Rodríguez-Serrano and Martín-Armario 2019). Kinerja UKM adalah hasil atau evaluasi kerja perusahaan yang digapai oleh seseorang atau kelompok dengan pembagian kegiatan berupa tugas dan perannya pada periode tertentu dengan standar dari perusahaan tersebut (Mutegi *et.al*, 2015).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah kuantitas dan kualitas pencapaian UKM, Kinerja UKM diukur dengan indikator-indikator yaitu Kualitas, Kuantitas, Efektivitas biaya, lolos kualitas control (zero deffect control), dan meningkatkan perekonomian umat (Bernardin dan Russel, 1993:382; Manzoor et al. 2019).

Seorang muslim hendaknya memiliki orientasi terhadap pencapaian hasil “*hasanah fi addunya dan hasanah fi al-akhirath*”, dan memiliki karakter Al-

Qawiyy yaitu *reliability*, dapat diandalkan, memiliki kekuatan fisik dan mental, dan Al Amin yaitu integritas jujur atau dapat memegang amanah. Seorang muslim yang berkarakter islami memiliki ciri sebagai pekerja keras yaitu sifat pantang menyerah, terus mencoba sampai memperoleh keberhasilan. Serta memiliki ciri kerja dengan cerdas yaitu dia memiliki pengetahuan dan ketrampilan, perencanaan yang matang, dan memanfaatkan sumber daya yang ada sesuai dengan fungsinya. Bekerja dengan baik dan sungguh – sungguh serta mencapai hasil sesuai dengan apa yang telah direncanakan, sesuai dengan tujuan organisasi.



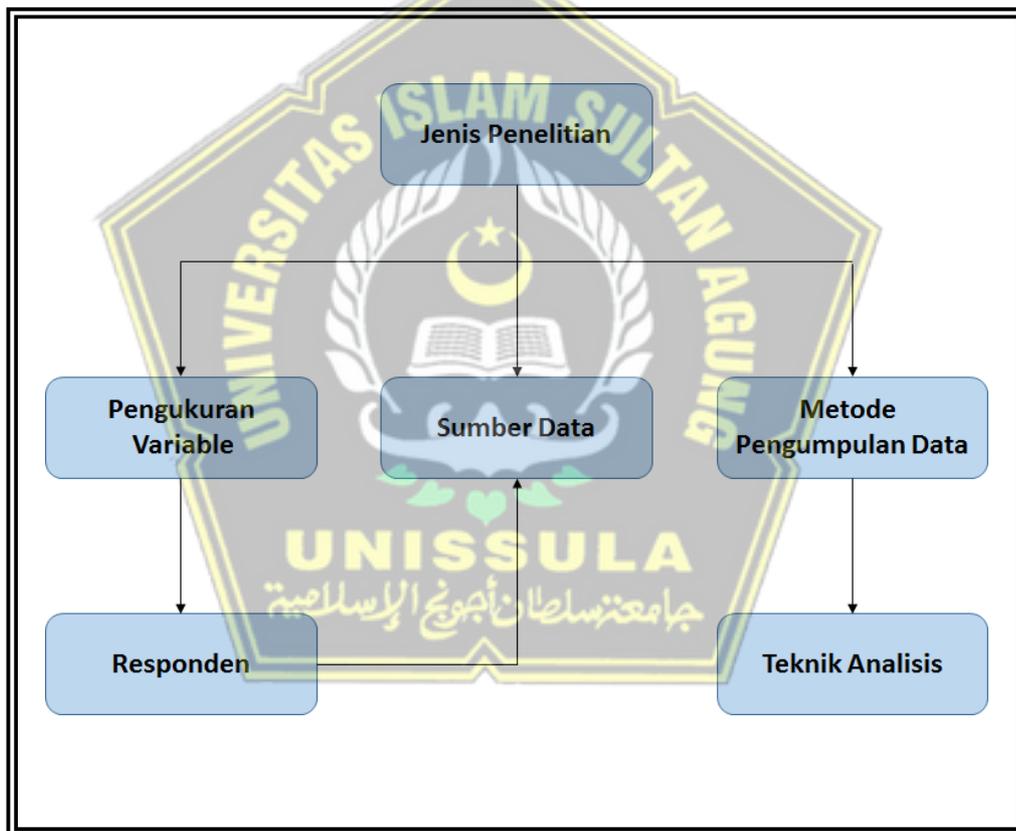
Sumber: Kajian beberapa hasil penelitian empirik untuk pengembangan Disertasi ini, 2021

Gambar 2. 8 Model Empirik Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

BAB III Metode penelitian ini menguraikan tentang: Jenis Penelitian, Pengukuran Variable, Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, Responden serta Teknik Analisis. Adapun keterkaitan BAB III Metode Penelitian Nampak pada Gambar 3.1.



Gambar 3. 1 Alur BAB III Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah “*Explanatory Research*” atau penelitian yang bersifat menjelaskan, Artinya penelitian ini menekankan pada hubungan antar variable penelitian dengan menguji hipotesis uraiannya mengandung deskripsi tetapi fokusnya terletak pada hubungan antar variable (Widodo 2014).

Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden (Widodo 2014), yakni para pemilik usaha UKM *Fashion* Busana Muslim di Provinsi Jawa Tengah. Adapun data primer dalam penelitian ini adalah tanggapan responden terhadap variable penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah diolah oleh orang atau lembaga lain dan telah dipublikasikan (Widodo, 2014). Data tersebut diperoleh dari Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Tengah maupun dari literatur-literatur yang berkaitan dengan studi ini. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan angket, yakni suatu daftar yang berisi sejumlah pertanyaan yang diberikan kepada pelaku usaha UKM di Provinsi Jawa Tengah.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang benar dilakukan dengan memakai alat ukur yang secara tepat menggali hal – hal yang diperlukan dalam sebuah penelitian. Penulis memakai metode angket sebagai cara pengumpulan data dalam penelitian ini. Angket (kuesioner) adalah alat atau cara untuk memperoleh data, dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan yang diberikan kepada responden/subjek penelitian. Terdapat beberapa alasan penggunaan metode angket dalam penelitian ini yaitu bahwa dengan angket waktu dan biaya yang diperlukan relatif lebih sedikit, disamping itu metode ini dapat diterapkan pada responden dengan skala besar. Obyektivitas adalah hal yang sangat ditekankan dalam sebuah penelitian. Demikian juga halnya dengan penelitian ini, responden tidak diperkenankan menuliskan nama dan identitas dalam kertas angket yang telah diisi untuk menjaga obyektivitas penelitian.

3.4 Responden

Populasi pada studi ini adalah pengelola atau pemilik UKM *Fashion* Busana Muslim di Provinsi Jawa Tengah yang jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti karena jumlah UKM fashion selalu berubah-ubah dari waktu ke waktu, UKM yang dimaksud mengacu pada Undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, menurut UU tersebut Usaha Kecil adalah badan usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000,-sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau yang memiliki penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000,- Data yang pasti untuk UKM Fashion hingga saat ini masih

belum ditemukan, beberapa instansi pemerintah seperti Disperindag Provinsi Jawa Tengah dan BPS belum menyediakan data yang valid mengenai jumlah UKM Fashion di Provinsi Jawa Tengah.

Untuk mendapatkan data responden yang akan dijadikan sampel dengan menggunakan teknik *Snowbal Sampling* yakni dengan mengambil satu responden UKM Fashion Busana Muslim melalui hubungan keterkaitan dari satu orang dengan orang lain, kemudian mencari hubungan selanjutnya melalui proses yang sama. Teknik ini diambil karena responden UKM Fashion tersebar luas di masing-masing Kabupaten / Kota dan data atau informasi mengenai alamat usaha kecil tersebut sangat sulit untuk didapatkan.

Kemudian metode pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling* artinya mengambil sampel berdasarkan karakteristik tertentu, yakni 1). UKM Fashion minimal telah beroperasi selama 3 tahun, 2). Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,- 3). Memiliki karyawan minimal 20 orang, 4). Beragama Islam dan 5). Bersedia memberikan informasi. Jumlah sampel (*sample size*) mengacu pendapat Hair dkk (1995) yang menyatakan bahwa jumlah sampel adalah parameter yang diestimasi dikalikan 5 sampai 10 atau minimal 100 responden. Oleh karena itu dalam penelitian ini jumlah parameter yang akan diestimasi pada studi ini adalah 8×31 parameter = 248. Maka agar generalisasi lebih optimal sample studi ini sebesar 250 responden. Adapun UKM Fashion yang diteliti tersebar di Kota/Kabupaten sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Jumlah Sampel

No	Daerah	Jumlah Sampel
1.	Kabupaten Semarang	65
2.	Kabupaten Pekalongan	55
3.	Kabupaten Pati	10
4.	Kabupaten Kudus	15
5.	Kabupaten Jepara	10
6.	Kabupaten Surakarta	40
7.	Kabupaten Sukoharjo	30
8.	Kabupaten Rembang	25
Jumlah		250

Pemilihan responden pada kota tersebut didasarkan pada daerah-daerah yang merupakan potensi UKM Fashion yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat secara luas. Pada tabel 3.1 tersebut sebaran jumlah sampel berbeda-beda di dasarkan pada asumsi bahwa kota yang pertumbuhan UKM Fashion tinggi diambil sampel dengan jumlah sampelnya banyak dan begitu sebaliknya kota yang pertumbuhan UKM Fashion rendah diambil dengan jumlah sampelnya sedikit.

Variabel dan Indikator

Variabel dalam penelitian ini adalah Kinerja UKM, *Exploitative Learning* dan *Exploratory Learning* serta *Tawhidic Paradigm*, *Knowledge Acquisition Efficacy*, dan *Innovative Behaviour* dengan difinisi dan indikator masing – masing variabel dijelaskan dalam Tabel 3.1.

Tabel 3. 2 Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator	Sumber
1.	Kinerja UKM Hasil dari serangkaian proses kegiatan secara kualitas, kuantitas dengan mengefektivaskan pembiayaan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan organisasi	1. Kualitas Produk 2. Kuantitas Produk yang dihasilkan 3. Efektivitas Biaya 4. Lolos Kualitas Kontrol 5. Meningkatkan Perekonomian Ummat	Bernardin dan Russel (1993:382)
2.	Innovative Behaviour Perilaku individu yang disengaja untuk menghasilkan dan menerapkan ide-ide baru dan berguna yang secara eksplisit untuk menguntungkan individu, kelompok atau organisasi.	1. Menciptakan ide baru 2. Berbagi ide 3. Realisasi ide 4. Mengeksplorasi peluang	De Jong and deHartog (2010); Janssen(2003); Kleysen&Street (2001)
3.	Knowledge Acquisition Efficacy Keyakinan atas kemampuan diri yang dapat diandalkan, optimis dalam menghadapi tantangan dan rasa ingin tahu yang tinggi sejauh menggunakan kualitas pengetahuan dalam proses berpikir dan berperilaku.	1. Perasaan yakin untuk mempertajam umpan balik korektif 2. Keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami. 3. Keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Alquran) 4. Menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru 5. Keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan	(Kaba & Chennupati 2019) (Renko <i>et.al</i> , 2001) (Bandura, 2001)
4.	Tawhidic Paradigm Merupakan keyakinan atas Islam sebagai <i>way of life</i>	1. Representasi perseptual yang dicirikan sebagai umat yang selalu	(Azan, Sarif, and Ismail 2019)

yang mempengaruhi dan mendominasi imajinasi mental, pemikiran, dan visualisasi kehidupan dengan menggunakan pengetahuan, keyakinan, cinta, ketulusan, ketaatan, dan penerimaan sebelum mengoperasionalkannya ke dalam kehidupan.

menjalankan perintahNya dan menjauhi laranganNya

2. Memanfaatkan akal dan pikiran yang telah dikaruniakan kepadanya untuk sebaik baik manfaat
3. Visualisasi dari nilai nilai Islam dalam perilaku individu

5. ***Eksploratory Learning***
Upaya mencari dan menghimpun informasi dengan menggunakan media untuk memperkaya pengalaman, menelaah dan menemukan informasi suatu pengetahuan/konsep ilmu baru dan teknik baru.

1. Fokus pada penemuan ilmu dan informasi
2. Memberlakukan pengetahuan dan konsep baru dengan tehnik baru
3. Interpretasi ilmu dan pengetahuan untuk menghasilkan produk baru
4. Mencari variasi pengetahuan dengan berbagai macam cara untuk menghasilkan produk yang baik

Wang, C. L., & Chugh, H. (2015)

6. ***Exploitative Learning***
Proses pembelajaran untuk memanfaatkan pengetahuan dengan menelaah, penyempurnaan pengalaman, pemilihan dan penggunaan pengetahuan yang telah dimiliki.

1. Menekankan pada pencarian langsung pengetahuan dari sumbernya
2. Melakukan evaluasi untuk membatasi variasi pengetahuan pengalaman dan informasi yang dapat digunakan
3. Mengasah pengetahuan dan menyempurnakan kompetensi serta skill dalam penciptaan produk dan jasa
4. Memperdalam wawasan tentang produk yang akan di produksi

Wang, C. L., & Chugh, H. (2015)

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca diimplementasikan. Analisis data yang dilakukan dengan menggunakan *the Structural Equation Model* (SEM) dari paket *Software Amos 22.0* dalam model dan pengujian hipotesis, SEM atau model persamaan *structural* adalah sebuah model statistik yang memberikan perkiraan perhitungan dari kekuatan hubungan hipotesis diantara variabel dalam sebuah model teoritis, Keunggulan aplikasi SEM adalah kemampuannya untuk mengkonfirmasi dimensi-dimensi dari sebuah konsep atau faktor serta kemampuannya untuk mengukur pengaruh hubungan-hubungan yang secara teoritis ada.

Teknik analisis *The Structural Equation Modelling* (SEM) dari paket *software Amos 22.0* mencakup :

1. Uji asumsi, mencakup: evaluasi normalitas data, evaluasi outliers, evaluasi multikolinearitas dan pengujian residual.

a. Evaluasi normalitas data

SEM bila distandar estimate dengan menggunakan maximum likelihood estimation technique, mensyaratkan dipenuhinya asumsi normalitas. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan criteria *Critical Ratio* (CR) sebesar $\pm 2,58$ pada tingkat signifikansi 0,01 (1%).

b. Evaluasi outliers

Outliers merupakan observasi atau data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi yang

lain dan muncul bentuk nilai ekstrim, baik untuk sebuah variabel tunggal maupun variabel-variabel kombinasi. Outlier dapat dilihat dari jarak mahalnobis (mahalanobis distance). Perhitungan jarak mahalnobis bisa dilakukan dengan menggunakan program komputer AMOS 22.0

c. Evaluasi multicolinearitas

Indikasi adanya multikolinearitas dan singularitas ditandai dengan nilai determinan matriks kovarians sampel yang benar-benar kecil atau mendekati nol.

d. Pengujian residual

Pengujian terhadap nilai residual mengindikasikan bahwa secara signifikan model yang sudah dimodifikasi tersebut dapat diterima dan nilai-nilai residual yang ditetapkan adalah $\pm 2,58$ pada taraf signifikansi 5% (Hair et al, 1995).

2. Uji validitas dan reliabilitas data

a. Uji validitas data

Validitas dalam penelitian diuji dengan menggunakan uji validitas konvergen. Anderson dan Gerbing (1988) menyatakan bahwa validitas konvergen dapat dilihat dari SEM dengan memperhatikan pada masing-masing koefisien indikator pada setiap konstruk yang memiliki nilai lebih besar dari dua kali masing-masing standart errornya.

b. Uji reliabilitas data

Setelah tidak menunjukkan terjadinya problem identifikasi, langkah selanjutnya adalah uji reliabilitas yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat memberikan hasil yang relatif sama apabila dilakukan pengukuran kembali pada obyek yang sama. Nilai reliabilitas minimum dari dimensi pembentuk variable laten yang dapat diterima adalah sebesar 0,70. *Construct reliability* didapatkan dari rumus Hair et al (1995)

$$\text{Construction Reliability} = \frac{(\sum \text{standardized loading})^2}{(\sum \text{standardized loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

Keterangan :

Standard loading diperoleh dari *standardized loading* untuk tiap-tiap indikator yang didapat dari hasil perhitungan *computer*.

$\sum \epsilon_j$ adalah measurement error setiap indikator. *Measurement error* dapat diperoleh dari $1 - \text{reliabilitas indikator}$. Tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah $\geq 0,7$.

Variance extract menunjukkan jumlah varians dari indikator yang diekstraksi oleh variable laten yang dikembangkan. Nilai variance extract yang dapat diterima adalah minimum 0,50. Persamaan variance extract adalah :

$$\text{Variance Extract} = \frac{\sum \text{standardized loading}^2}{(\sum \text{standardized loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

Untuk membuat permodelan yang lengkap beberapa langkah berikut ini perlu dilakukan:

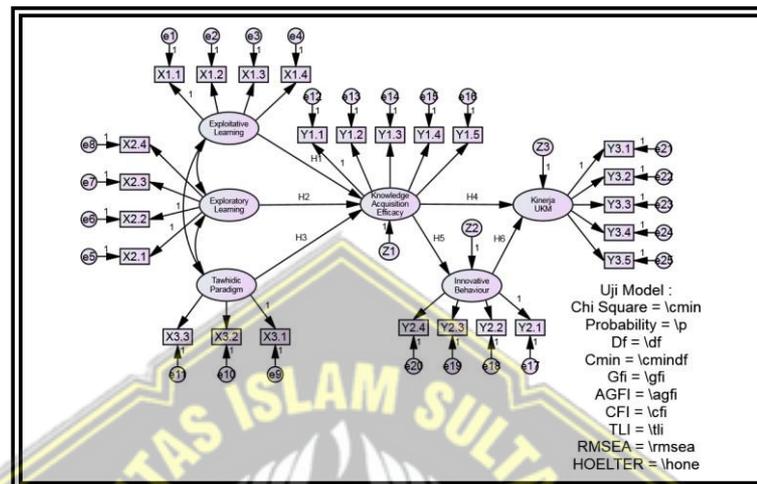
1. Pengembangan model teoritis

Langkah pertama dalam model pengembangan model sem adalah pencarian atau pengembangan sebuah model yang mempunyai justifikasi teoritis yang kuat. Setelah itu, model tersebut divalidasi secara empiris melalui komputasi program SEM. Oleh karena itu dalam pengembangan model teoritis seorang peneliti harus menggunakan serangkaian eksplorasi ilmiah melalui telaah pustaka yang intens guna mendapatkan justifikasi atas model teoritis yang dikembangkannya. Dengan perkataan lain, tanpa dasar teoritis yang kuat, SEM tidak dapat digunakan. Hal ini disebabkan karena SEM tidak digunakan untuk menghasilkan sebuah model, tetapi digunakan untuk mengkonfirmasi model teoritis tersebut, melalui data empirik.

2. Pengembangan diagram alur (*path diagram*)

Pada langkah kedua, model teoritis yang telah dibangun pada langkah pertama akan digambarkan dalam sebuah *path diagram*. *Path diagram* tersebut akan mempermudah peneliti melihat hubungan-hubungan kausalitas yang ingin diujinya. Sedemikian jauh diketahui bahwa hubungan-hubungan kausal biasanya dinyatakan dalam bentuk persamaan. Tetapi dalam SEM termasuk didalamnya operasi program amos hubungan kausalitas itu cukup digambarkan dalam sebuah *path diagram* dan selanjutnya bahasa program akan mengkonversi gambar menjadi

persamaan, dan persamaan menjadi standar estimate. Diagram alur pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.2. berikut ini :



Gambar 3. 2 Structure Equating Model

Konstruk-konstruk yang dibangun dalam diagram alur di atas, dapat dibedakan dalam dua kelompok konstruk yaitu :

a. Konstruk eksogen (exogenous constructs)

Konstruk eksogen dikenal juga sebagai "source variables" atau "independent variables" yang tidak diprediksi oleh variabel yang lain dalam model.

b. Konstruk endogen (endogenous constructs)

Merupakan konstruk yang dapat diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk-konstruk endogen ditandai dengan didatangi anak panah saja atau didatangi dan ditinggalkan anak panah konstruk endogen dapat memprediksi satu atau beberapa faktor.

3. Konversi diagram alur ke dalam persamaan.

Setelah teori atau model teoretis dikembangkan dan digambarkan dalam sebuah diagram alur, peneliti dapat mulai mengkonversi spesifikasi model tersebut ke dalam rangkaian persamaan.

Persamaan yang akan dibangun terdiri dari :

a. Persamaan-persamaan struktural (*structural equations*).

Persamaan ini dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk. Persamaan struktural pada dasarnya dibangun dengan pedoman berikut ini :

$$Y_1 = b_1x_1 + b_1x_2 + b_1x_3 + e_1$$

$$Y_2 = b_2y_1 + e_2$$

$$Y_3 = b_2y_1 + b_3y_2 + e_3$$

Dimana: $x_1 =$ *exploitative learning*; $x_2 =$ *exploratory learning*; $x_3 =$ *tawhidic paradigm*; $y_1 =$ *knowledge acquisition efficacy*; $y_2 =$ *Innovative Behaviour*; $y_3 =$ kinerja UKM; $e =$ error

b. Persamaan spesifikasi model pengukuran (*measurement model*) dimana harus ditentukan variabel yang mengukur konstruk dan menentukan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi yang dihipotesiskan antar konstruk atau variabel.

4. Memilih matriks input dan standar estimate model kovarians atau korelasi

Perbedaan SEM dengan teknik-teknik *multivariat* lainnya adalah dalam input data yang digunakan dalam permodelan dan standar estimatonya. SEM hanya menggunakan matriks varians/kovarians atau matriks korelasi sebagai datainput untuk keseluruhan standar estimate yang dilakukannya

5. Menilai problem identifikasi

Problem identifikasi pada prinsipnya adalah problem mengenai ketidak mampuan dari model yang dikembangkan untuk menghasilkan standar estimate yang unik. Cara melihat ada atau tidaknya problem identifikasi adalah dengan melihat hasil standar estimate yang meliputi :

- a. Adanya nilai standar eror yang besar untuk satu atau lebih koefisien
- b. Nilai standar estimate yang tidak mungkin, misalnya variansi eror yang bernilai negatif.
- c. Adanya nilai korelasi yang tinggi ($>0,9$) antara koefisien standar estimate.

Bila setiap kali standar estimate dilakukan muncul problem identifikasi, maka sebaiknya model dipertimbangkan ulang dan mengembangkan lebih banyak konstruk.

6. Evaluasi kriteria *goodness-of-fit*

Kesesuaian model dievaluasi melalui telaah terhadap beberapa kriteria *goodness-of-fit*. Tindakan pertama adalah mengevaluasi apakah data yang digunakan dapat memenuhi asumsi-asumsi SEM yaitu: ukuran sampel, normalitas, *linearitas*, *outliers* dan *multicolinearity* dan *similarity*. Setelah itu melakukan uji kesesuaian dan *cut off value* nya yang digunakan untuk menguji apakah sebuah model diterima atau ditolak, yaitu:

a. χ^2 chi- square statistik

Model yang diuji dipandang baik atau memuaskan bila nilai *chi- square*nya rendah. Semakin kecil nilai χ^2 semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut off value* sebesar $p > 0,05$

b. RMSEA (*the root mean square error of approximation*)

Menunjukkan nilai *goodness-of-fit* yang dapat diharapkan bila model distandar estimate dalam populasi. Nilai RMSEA yang kecil atau $= 0,08$ merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model tersebut berdasarkan *degrees of freedom*.

c. GFI (*goodness -of-fit- index*)

Merupakan ukuran non statistik yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) hingga 1,0(*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah *better fit*.

d. AGFI (*adjusted goodness-of-fit-index*)

Tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila AGFI memiliki nilai yang sama atau lebih besar dari 0,09.

e. Cmin/df

Adalah *the minimum sample discrepancy function* yang dibagi dengan *degree of freedom*. Cmin/df merupakan statistik *chi square* dibagi df-nya sehingga disebut χ^2 – relatif. Nilai χ^2 – relatif kurang dari 2,0 atau 3,0 adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data.

f. TLI (*tucker lewis index*)

Merupakan *incremental index* yang membandingkan sebuah model yang diuji dengan sebuah *base line model*, dimana nilai yang direkomendasikan sebagai acuan diterimanya sebuah model adalah $\geq 0,90$ (hair et al 1995 dalam ferdinand, 2006) dan nilai yang mendekati satu menunjukkan a *very good fit*.

g. CFI (*comparative fit index*)

Rentang sebesar 0-1 dimana semakin mendekati 1 mengindikasikan tingkat a *very good fit* yang tinggi. Nilai yang direkomendasikan adalah CFI lebih besar atau sama dengan 0,90.

Dengan demikian indeks-indeks yang digunakan untuk menguji kelayakan atas model adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 3 Indeks pengujian kelayakan model

<i>Goodness of fit index</i>	<i>Cut-off value</i>
X^2 chi- square statistik	Diharapkan kecil
<i>Significant probability</i>	$\geq 0,05$
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
Cmin/df	$\leq 2,00$
TLI	$\geq 0,90$
CFI	$\geq 0,90$

Sumber : *mustafa dan tony, 2012*

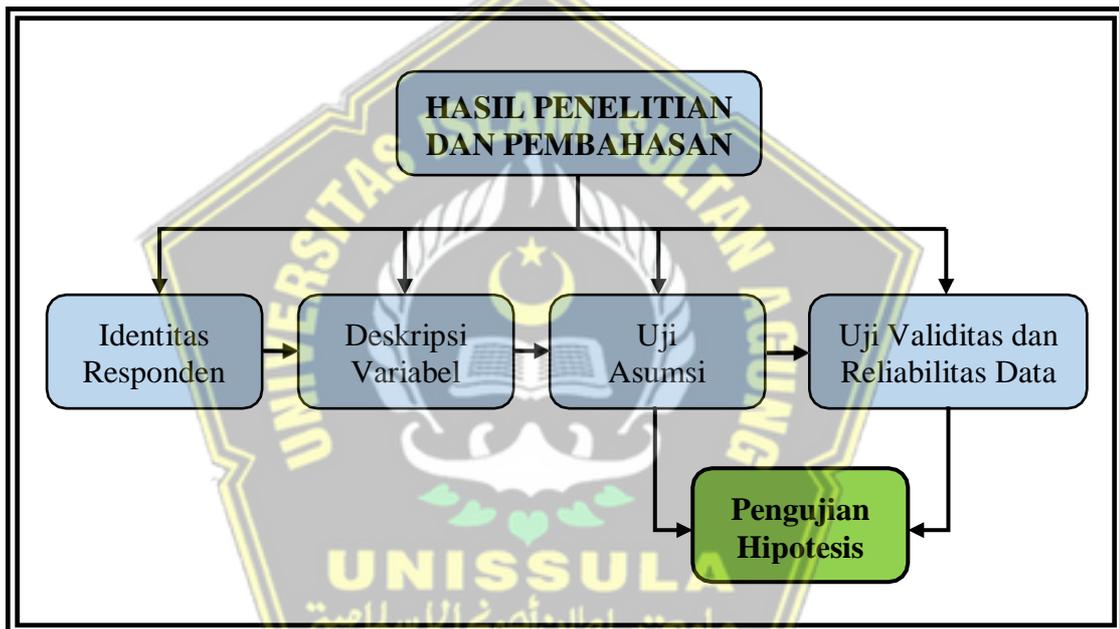
7. Interpretasi dan modifikasi model

Setelah model distandar estimate, residualnya haruslah tetap kecil atau mendekati nol dan distribusi frekuensi dari kovarian residual harus bersikap simetris. Model yang baik memiliki *standardized residual* variance yang kecil. Angka 1,96 merupakan batas nilai yang diperkenankan yang diinterpretasikan sebagai signifikan secara statistik pada tingkat 5% dan menunjukkan adanya *prediction error* yang substansial untuk sepasang indikator. Untuk mempermudah dalam melakukan modifikasi dapat digunakan indeks modifikasi yang dikalkulasi oleh program untuk tiap hubungan antar variabel yang *dandardized estimate*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

BAB IV Hasil penelitian dan pembahasan ini menjawab masalah dan tujuan penelitian. Rincian bab ini mencakup : identitas responden, dekripsi variabel, uji asumsi, uji validitas dan reliabilitas, dan pengujian hipotesis. Secara piktografis nampak pada Gambar 4.1.



Gambar 4. 1 Piktografis Hasil Penelitian dan Pembahasan

Identitas Responden

Data penelitian diperoleh dengan mendatangi responden secara langsung dan melalui *google form* untuk menyerahkan dan mengumpulkan kembali kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 250 UKM *Fashion* Busana Muslim di Jawa Tengah, namun hanya 227 UKM yang mengembalikan kuesioner, dengan *response rate* sebesar $(227/250) \times 100\% = 90,8\%$, sedangkan jumlah kuesioner yang dapat digunakan sebanyak 215, sehingga respon rate sebesar $(215/250) \times 100\% = 86\%$. Sebagian responden tidak mengembalikan kuesioner, dengan alasan sedang di luar kota dan tidak mau mengisi, sedangkan alasan kuesioner tidak dapat digunakan adalah karena responden tidak mengisi data dan jawaban dengan lengkap.

Deskripsi responden dalam hal ini dapat disajikan dalam sepuluh karakteristik, sebagai berikut.

Tabel 4. 1 Deskripsi Responden

No	Karakteristik	Sampel N=215	
		Jumlah	Persentase (%)
1	Umur		
	< 25 tahun	0	0,0%
	25 s/d 35 tahun	14	6,5%
	35 s/d 45 tahun	63	29,3%
	45 s/d 55 tahun	93	43,3%
	> 55 tahun	45	20,9%
2	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	89	41,4%
	Perempuan	126	58,6%
3	Tingkat Pendidikan		
	SMA/SMK	42	19,5%
	Diploma III	35	16,3%
	Sarjana S1	85	39,5%
	Magister (S2)	25	11,6%
	Doctoral (S3)	28	13,0%

4 Produk		
Busana Muslim Wanita	62	28,8%
Busana Muslim Pria	45	20,9%
Busana Muslim Anak-anak	23	10,7%
Semua ada	85	39,5%
5 Jumlah Modal		
<50.000.000	14	6,5%
50 jt - 100 jt	23	10,7%
100 jt - 200 jt	75	34,9%
200 jt - 300 jt	65	30,2%
300 jt - 400 jt	19	8,8%
400 jt - 500 jt	15	7,0%
> 500 jt	4	1,9%
6 Hasil Penjualan/Tahun (Rata2 selama 3 tahun)		
< 50 jt	3	1,4%
50 jt - 75 jt	18	8,4%
75 jt - 100 jt	21	9,8%
100 jt - 150 jt	35	16,3%
150 jt - 200 jt	56	26,0%
200 jt - 250 jt	76	35,3%
250 jt - 300 jt	5	2,3%
> 300 jt	4	1,9%
7 Lama Usaha		
3 th - 10 th	126	58,6%
10 th - 20 th	44	20,5%
20 th - 30 th	37	17,2%
>30 th	8	3,7%
8 Pemasaran		
Dalam Daerah (Kab)	47	21,9%
Luar Kabupaten	15	7,0%
Luar Provinsi	97	45,1%
Skala Nasional	56	26,0%
9 Jenis Pemasaran		
Digital	36	16,7%
Content	23	10,7%
Reseller	59	27,4%
Semua Ada	97	45,1%
10 Jenis Jejaring		
HIPMI	37	17,2%
Komunitas Pengusaha Muslim Indonesia	13	6,0%

Asosiasi Pengusaha Indonesia	16	7,4%
Perkumpulan pengusaha muslim Indonesia	19	8,8%
Jaringan Pengusaha Muslim Indonesia	43	20,0%
Asosiasi UMKM Indonesia	14	6,5%
Ikatan Pengusaha Muda Indonesia	7	3,3%
Ikatan Pengusaha Muslim Indonesia	9	4,2%
Mengikuti lebih dari 1 asosiasi	57	26,5%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat ditunjukkan bahwa responden dengan Kelompok umur 45 s/d 55 tahun mendominasi rata-rata usia responden yaitu sebanyak 93 orang responden atau 43,3% dan kelompok usia 35 s/d 45 tahun mendominasi rata-rata usia responden yaitu sebanyak 63 responden atau 29,3%. Data tersebut menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kelompok umur 45 s/d 55 tahun. Umur pemilik usaha merupakan standar kematangan diri seseorang, semakin tua umur seseorang semakin mengendap emosinya, semakin telaten dan tekun mengelola usahanya dan akan bertahan untuk menjalankan usahanya tidak seperti pengusaha muda yang masih akan banyak coba-coba usaha lain ketika belum berhasil.

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 215 responden, berdasarkan jenis kelamin adalah responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 126 atau 58,6%, sedangkan jenis kelamin Laki-laki berjumlah 89 atau 41,4%. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden yang terbanyak adalah Perempuan. Hasil ini menunjukkan bahwa pemilik usaha didominasi perempuan yang lebih paham tentang bagaimana kenyamanan busana muslim yang dapat digunakan dengan nyaman namun tetap trendy dan memenuhi unsur syar'i.

Tabel 4.1 dapat ditunjukkan bahwa responden dengan latar belakang pendidikan Sarjana (S1) menempati urutan pertama yaitu sebanyak 85 responden atau 39,5% disusul latar belakang pendidikan SMA/SMK yaitu 42 responden atau 19,5%. Sehingga kondisi ini menunjukkan bahwa kesuksesan pengusaha di masa persaingan bebas lebih banyak ditentukan atas kepemilikan ilmu, wawasan yang luas dan keberanian mengambil resiko bisnis berdasarkan pengalaman.

Tabel 4.1 dapat ditunjukkan bahwa responden dengan produk UKM Semua ada yaitu busana muslim wanita, pria dan anak-anak menempati urutan pertama yaitu sebanyak 85 responden atau 39,5% disusul Busana Muslim Wanita yaitu 62 responden atau 28,8%. Sehingga kondisi ini membawa keuntungan bagi UKM busana muslim bahwa ketika niatan awal pengunjung untuk mencari busana muslim untuk dirinya akan tetapi ketika ada produk muslim pria dan anak anak akhirnya juga akan tergerak untuk membeli.

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 215 responden, berdasarkan jumlah modal usaha adalah responden yang memulai modal usaha 100 Juta – 200 Juta yaitu sebanyak 75 atau 34,9%, sedangkan modal usaha berikutnya 200 Juta – 300 Juta berjumlah 65 atau 30,2%. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan modal awal UKM yang cukup tinggi akan lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan usahanya.

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 215 responden, berdasarkan hasil penjualan selama rata-rata 3 tahun 200 Juta – 250 Juta yaitu sebanyak 76 atau 35,3%, sedangkan rata-rata hasil penjualan berikutnya 150 Juta – 200 Juta berjumlah 56 atau 26,0%. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat

disimpulkan bahwa hasil penjualan UKM / tahun selama 3 tahun rata-rata mendapatkan 200 Juta – 250 Juta. Hal ini menunjukkan bahwa UKM mendapatkan rata rata keuntungan yang cukup baik.

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat ditunjukkan bahwa responden dengan Lama Usaha 3 Tahun s/d 10 Tahun mendominasi rata-rata usia responden yaitu sebanyak responden 126 atau 58,6% dan lama usaha 10 Tahun s/d 20 Tahun mendominasi rata-rata usia responden yaitu sebanyak 44 responden atau 20,5%. Data tersebut menunjukkan bahwa responden telah lama menggeluti usaha tersebut sehingga mampu memahami strategi pemasaran yang terbaik untuk bisnisnya berdasarkan pengalamannya; lebih memahami dimana mencari peluang untuk mengembangkan bisnisnya; memiliki banyak relasi dan pelanggan dan supplier.

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 215 responden, berdasarkan area pemasaran yaitu Luar Provinsi sebanyak 97 atau 45,1%, area pemasaran berikutnya Skala Nasional berjumlah 56 atau 26,0%. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa UKM responden dalam penelitian ini telah mampu mengambil peluang usaha; mampu mencari pasar dan mengembangkan usahanya.

Tabel 4.1 dapat ditunjukkan bahwa responden dengan jenis pemasaran Semua Ada yang meliputi Digital, Konten dan Reseller menempati urutan pertama yaitu sebesar 97 responden atau 45,1% disusul jenis pemasaran Reseller yaitu 59 responden atau 27,4%. Sehingga kondisi ini membawa keuntungan bagi UKM dimana dengan pemasaran digital, selain lebih murah juga dapat

menjangkau masyarakat lebih luas sehingga UKM mampu menjual produknya hingga ke luar kota bahkan luar provinsi.

Tabel 4.1 dapat ditunjukkan bahwa responden dengan Jenis Jejaring Mengikuti lebih dari 1 asosiasi menempati urutan pertama yaitu sebanyak 57 responden atau 26,5% disusul Jaringan Pengusaha Muslim Indonesia yaitu 43 responden atau 20,0%. Sehingga kondisi ini membawa keuntungan tersendiri bagi UKM dimana jalinan silaturahmi akan membuka banyak peluang; memberikan kesempatan untuk sharing ilmu dan tambahan wawasan terkait pengembangan produk.

Deskripsi Variabel

Persepsi responden mengenai indicator yang diteliti : *Exploitative Learning, Exploratory Learning, Tawhidic Paradigm, Knowledge Acquisition Efficacy, Innovative Behaviour* dan Kinerja UKM, studi ini menggunakan kriteria rentang sebesar 3. Oleh karena itu intepretasi nilai adalah :

1. Kriteria rendah = 1 – 4
2. Kriteria sedang = 4,1 – 7
3. Kriteria tinggi = 7,1 – 10

Berdasarkan hasil penelitian 215 responden UKM *Fashion* Busana Muslim di Jawa Tengah, masing–masing deskripsi indicator adalah sebagai berikut :

Exploitative Learning

Indikator *Exploitative Learning* mencakup : Menekankan pada pencarian langsung pengetahuan dari sumbernya, Melakukan evaluasi untuk membatasi variasi pengetahuan pengalaman dan informasi yang dapat digunakan, Mengasah pengetahuan dan menyempurnakan kompetensi serta skill dalam penciptaan produk dan jasa, dan Memperdalam wawasan tentang produk yang akan di produksi. Berdasarkan penelitian di lapangan indeks indikator *Exploitative Learning* pada Tabel 4.2.

Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif *Exploitative Learning*

No	Indikator	Mean	Kriteria
1	Menekankan pada pencarian langsung pengetahuan dari sumbernya.	6,91	Sedang
2	Melakukan evaluasi untuk membatasi variasi pengetahuan pengalaman dan informasi yang dapat digunakan.	6,75	Sedang
3	Mengasah pengetahuan dan menyempurnakan kompetensi serta skill dalam penciptaan produk dan jasa.	6,71	Sedang
4	Memperdalam wawasan tentang produk yang akan di produksi.	6,67	Sedang
Rata-rata <i>Exploitative Learning</i>		6,76	Sedang

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden merepresentasikan *exploitative learning* dengan kondisi sedang. Hal ini dikarenakan kebanyakan responden didominasi oleh kelompok umur 45 s/d 55 tahun. Proses pembelajaran untuk mengambil keuntungan atau memanfaatkan pengetahuan dengan menelaah, penyempurnaan pengalaman, dan pemilihan dan penggunaan pengetahuan yang telah dimiliki belum dilaksanakan secara

efektif. Responden lebih banyak memilih untuk menjalankan usaha dengan kemampuan yang ada dan merasa bahwa metodenyalah yang paling baik hingga kemudian tidak tergerak untuk mencoba coba metode lain.

Secara rinci deskripsi jawaban responden rata-rata indikator *Exploitative Learning* berdasarkan temuan di lapangan dapat disajikan sebagaimana pada Tabel 4.3.

Tabel 4. 3 Persepsi Responden dan Temuan Penelitian *Exploitative Learning*

No	Kriteria	Indikator	Temuan
1	Sedang (6,91)	Menekankan pada pencarian langsung pengetahuan dari sumbernya.	Responden belum maksimal dalam mengutamakan pengetahuan yang dimiliki untuk mengembangkan desain fashion muslim. Proses pembelajaran pengetahuan terkait produk busana muslim ditunjukan dengan mengutamakan pengetahuan saya tentang fashion islami, melakukan proses Amati, tiru dan modifikasi produk dan kemudian belajar dari kegagalan yang sudah ada
2	Sedang (6,75)	Melakukan evaluasi untuk membatasi variasi pengetahuan pengalaman dan informasi yang dapat digunakan.	Responden kurang fokus pada pengetahuan yang dimiliki tentang fashion muslim terbaru, Responden melakukan fungsi control untuk membatasi variasi produk agar menjadi produk yang limited dengan memiliki keunikan desain dan mengutamakan pada nilai-nilai syariah sebagai identitas dan menyempurnakan produk terdahulu
3	Sedang (6,71)	Mengasah pengetahuan dan menyempurnakan kompetensi serta skill dalam penciptaan produk dan jasa.	Responden belum memiliki kesadaran untuk mempertajam pengetahuan tentang fashion muslim. Penajaman pengetahuan responden dilakukan dengan beberapa cara diantaranya dengan

			memperdalam pengetahuan tentang bahan baku, tentang aturan busana muslim, tentang motif dan pewarnaan, serta cara pemasaran busana muslim
4	Sedang (6,67)	Memperdalam wawasan tentang produk yang akan di produksi.	Responden belum maksimal dalam memahami secara mendalam Pengetahuan yang dimiliki tentang fashion muslim dengan memperdalam wawasan tentang busana muslim melalui pemahaman ilmu agama dengan lebih mendalam, ilmu pemasaran yang Islami dan proses pembuatan busana muslim

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Responden melakukan pembelajaran melalui proses eksploitasi pengetahuan yang dimilikinya dengan menekankan pada pencarian langsung pengetahuan dari sumbernya; melakukan evaluasi untuk membatasi variasi pengetahuan pengalaman dan informasi yang dapat digunakan; mengasah pengetahuan dan menyempurnakan kompetensi serta skill dalam penciptaan produk dan jasa dan memperdalam wawasan tentang produk yang akan di produksi.

Indicator Memperdalam wawasan tentang produk yang akan di produksi memiliki nilai *mean* terendah hal ini dikarenakan responden belum berusaha untuk memahami secara mendalam pengetahuan awal yang dimiliki tentang fashion muslim. Indicator tertinggi adalah Menekankan pada pencarian langsung pengetahuan dari sumbernya, hal ini mengindikasikan bahwa responden mencari pengetahuan tentang busana

muslim langsung dari sumber ilmu yaitu aturan syari tentang ketentuan berpakaian muslim.

Exploratory Learning

Indikator variabel *Exploratory Learning* mencakup : Fokus pada penemuan ilmu dan informasi, Memberlakukan pengetahuan dan konsep baru dengan tehnik baru, Interpretasi ilmu dan pengetahuan untuk menghasilkan produk baru dan Mencari variasi pengetahuan dengan berbagai macam cara untuk menghasilkan produk yang baik. Berdasarkan penelitian di lapangan indeks variabel *Exploratory Learning* nampak pada Tabel 4.4.

Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif *Exploratory Learning*

No	Indikator	Mean	Kriteria
1	Fokus pada penemuan ilmu dan informasi.	7,32	Tinggi
2	Memberlakukan pengetahuan dan konsep baru dengan tehnik baru.	7,29	Tinggi
3	Interpretasi ilmu dan pengetahuan untuk menghasilkan produk baru.	7,18	Tinggi
4	Mencari variasi pengetahuan dengan berbagai macam cara untuk menghasilkan produk yang baik.	7,52	Tinggi
Rata-rata <i>Exploratory Learning</i>		7,33	Tinggi

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden mempersepsikan bahwa mereka melakukan *Exploratory Learning* secara intensif. Hal ini dapat dimaknai bahwa responden mampu mencari dan menghimpun informasi dengan menggunakan media untuk memperkaya pengalaman, menelaah dan menemukan informasi suatu pengetahuan/konsep ilmu baru dan teknik baru dalam memproduksi busana muslim.

Hal tersebut berdasarkan temuan di lapangan dapat disajikan seperti pada Tabel 4.5.

Tabel 4. 5 Persepsi Responden dan Temuan Penelitian *Exploratory Learning*

No	Kriteria	Indikator	Temuan
1	Tinggi (7,32)	Fokus pada penemuan ilmu dan informasi.	Proses pembelajaran yang dilakukan responden mencakup penciptaan desain baru yang sesuai syariat agama Islam. Fokus pembelajaran difokuskan pada penemuan baru dengan motif baru, penggunaan material baru dalam perancangan fashion muslim dan desain baru yang lebih modern namun tetap syari serta pemilihan penggunaan bahan baku baru yang lebih nyaman namun lebih murah
2	Tinggi (7,29)	Memberlakukan pengetahuan dan konsep baru dengan tehnik baru.	Seluruh hasil kerja dalam UKM termasuk desain fashion yang saya produksi merupakan hasil dari proses eksplorasi pengetahuan untuk menemukan desain baru dengan mempelajari produk apa saja yang sedang digemari pasar, memilih ide ide produk yang benar-benar layak untuk diproses ke tahap selanjutnya, mencari kemungkinan bahan baku baru yang bisa dikembangkan menjadi produk dan cara pemasaran yang baru.
3	Tinggi (7,18)	Interpretasi ilmu dan pengetahuan untuk menghasilkan produk baru.	Desain fashion yang diciptakan / hasilkan menunjukkan hasil proses pembelajaran yang dilakukan responden dengan mencoba penetrasi pasar baru, mencoba diversifikasi (keberagaman) produk, menggunakan model pemasaran baru dan

		menggunakan bahan baku yang lebih berkualitas
4	Tinggi (7,52)	Mencari variasi pengetahuan dengan berbagai macam cara untuk menghasilkan produk yang baik.
		Responden mencari variasi pengetahuan tentang produk fashion yang dilakukan dengan mencari informasi produk fashion yang berbeda beda, memperhatikan feedback dari customer. mempelajari desain produk yang berbeda, mencoba hal baru dengan cara yang berbeda dan mempekerjakan karyawan dengan keahlian yang berbeda

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Responden melakukan proses eksplorasi dengan fokus pada penemuan ilmu dan informasi, memberlakukan pengetahuan dan konsep baru dengan tehnik baru, interpretasi ilmu dan pengetahuan untuk menghasilkan produk baru, mencari variasi pengetahuan dengan berbagai macam cara untuk menghasilkan produk yang baik.

Indicator terendah adalah Interpretasi ilmu dan pengetahuan untuk menghasilkan produk baru, hal ini dikarenakan responden belum banyak berinteraksi dengan asosiasi pengusaha busana muslim sehingga inspirasi desain busana muslim belum terlalu banyak diperoleh. Indicator tertinggi adalah Mencari variasi pengetahuan dengan berbagai macam cara untuk menghasilkan produk yang baik, hal ini menunjukkan bahwa upaya mencari variasi pengetahuan dengan berbagai macam cara untuk menghasilkan produk yang baik telah dilakukan secara efisien.

Tawhidic Paradigm

Indikator variabel *Tawhidic Paradigm* mencakup : Representasi perseptual yang dicirikan sebagai umat yang selalu menjalankan perintahNya dan menjauhi laranganNya, Memanfaatkan akal dan pikiran yang telah di karuniakan kepadanya untuk sebaik baik manfaat, dan Visualisasi dari nilai nilai Islam dalam perilaku individu. Berdasarkan penelitian di lapangan indeks variabel *Tawhidic Paradigm* nampak pada Tabel 4.6.

Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif *Tawhidic Paradigm*

No	Indikator	Mean	Kriteria
1	Representasi perseptual yang dicirikan sebagai umat yang selalu menjalankan perintahNya dan menjauhi laranganNya.	7,55	Tinggi
2	Memanfaatkan akal dan pikiran yang telah di karuniakan kepadanya untuk sebaik baik manfaat.	7,57	Tinggi
3	Visualisasi dari nilai nilai Islam dalam perilaku individu.	7,46	Tinggi
Rata-rata <i>Tawhidic Paradigm</i>		7,53	Tinggi

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa responden mempersepsikan Islam sebagai *way of life* secara mendalam. Hal ini mempengaruhi dan mendominasi imajinasi mental, pemikiran, dan visualisasi kehidupan responden dengan menggunakan pengetahuan, keyakinan, cinta, ketulusan, ketaatan, dan penerimaan sebelum mengoperasionalkannya ke dalam kehidupan.

Secara rinci jawaban responden rata-rata indikator *Tawhidic Paradigm* disajikan pada Tabel 4.7.

Tabel 4. 7 Persepsi Responden dan Temuan Penelitian *Tawhidic Paradigm*

No	Kriteria	Indikator	Temuan
1	Tinggi (7,55)	Representasi perseptual yang dicirikan sebagai umat yang selalu menjalankan perintahNya dan menjauhi laranganNya.	Responden mampu mempresentasikan citra mentalitas seorang pengusaha muslim dengan rasa syukur yang tinggi atas nikmat Allah berupa ilmu tentang busana muslim. Hal ini ditunjukkan dengan meniatkan diri untuk mencari ilmu sebagai ibadah, mempelajari sumber dari semua ilmu yaitu Al Quran, memiliki perilaku senang berbagi ilmu sebagai wujud ibadah karena ilmu yang dimiliki akan dipertanggungjawabkan pemanfaatannya di akhirat dan paham bahwa sebaik baik sedekah adalah ilmu
2	Tinggi (7,57)	Memanfaatkan akal dan pikiran yang telah di karuniakan kepadanya untuk sebaik baik manfaat.	Semua ide ide desain responden sudah didasarkan pada aturan aturan syariah. Pola berfikir responden sangat dipengaruhi oleh nilai nilai tauhid diantaranya adalah dalam membuat desain produk, responden berfikir bahwa pakaian adalah penutup aurat, harus jujur dalam proses pembuatan produk sebagai wujud beretika dalam berbisnis sesuai ajaran bisnis secara Islami, dan selalu mengupgrade keilmuan baik ilmu agama maupun ilmu konvensional
3	Tinggi (7,46)	Visualisasi dari nilai nilai Islam dalam perilaku individu.	Responden mampu memvisualisasikan mental yang berpegang teguh pada nilai nilai tauhid dengan selalu <u>memastikan desain busana</u>

muslim yang menggambarkan ketaatan akan aturan berbusana secara syari. Gambaran mental ditunjukkan dengan mengikuti aturan syari dalam membuat busana muslim, tidak melakukan hal yang buruk dalam berbisnis dan selalu mewujudkan citra pengusaha busana muslim yang jujur.

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Responden memiliki keyakinan yang tinggi atas Islam sebagai *way of life*. Representasi perseptual yang dicirikan responden sebagai umat yang selalu menjalankan perintahNya dan menjauhi laranganNya dan memanfaatkan akal dan pikiran yang telah di karuniakan kepadanya untuk sebaik baik manfaat. Responden juga mampu mevisualisasikan dari nilai nilai Islam dalam perilaku individu.

Indicator tertinggi dari *Tawhiddic Paradigm* adalah Memanfaatkan akal dan pikiran yang telah di karuniakan kepadanya untuk sebaik baik manfaat yang berarti bahwa responden selalu memanfaatkan akal dan pikiran yang telah di karuniakan kepadanya untuk sebaik baik manfaat Busana muslim sangat dibatasi dengan aturan yang jelas diantaranya tidak mengikuti lekuk badan, tidak menyerupai lelaki (bagi perempuan), tidak mencolok dan harus menutupi seluruh aurat. Sehingga sangat dibutuhkan olah akal dan pikiran dalam menyesuaikan design busana muslim yang memenuhi syarat syarat syari. Indicator terendah adalah Visualisasi dari nilai nilai Islam dalam industry busana muslim, setiap desain yang digunakan harus mampu mencirikan identitas muslim yang baik.

Knowledge Acquisition Efficacy

Indikator variabel *Knowledge Acquisition Efficacy* mencakup: Perasaan yakin untuk mempertajam umpan balik korektif, Keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami, Keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Alquran), Menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru dan Keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan. Berdasarkan penelitian di lapangan indeks variabel *Knowledge Acquisition Efficacy* nampak pada Tabel 4.8.

Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif *Knowledge Acquisition Efficacy*

No	Indikator	Mean	Kriteria
1	Perasaan yakin untuk mempertajam umpan balik korektif.	7,03	Tinggi
2	Keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami.	7,07	Tinggi
3	Keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Alquran).	7,09	Tinggi
4	Menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru.	7,11	Tinggi
5	Keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan.	7,66	Tinggi
Rata-rata <i>Knowledge Acquisition Efficacy</i>		7,19	Tinggi

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Tabel 4.8 Menunjukkan responden memiliki perasaan yakin untuk mempertajam umpan balik korektif sebagai pengetahuan baru, yakin bahwa kompetensinya akan menjadi lebih baik jika memperdalam keterampilan

belajar, serta berani untuk mengintensifkan bermacam pembelajaran dengan menantang dirinya sendiri dalam memperluas pemaparan pengetahuan baru dan memiliki keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan dengan sangat baik.

Secara rinci jawaban responden rata-rata indikator *Knowledge Acquisition Efficacy* adalah sebagaimana disajikan seperti pada Tabel 4.9.

Tabel 4. 9 Persepsi Responden dan Temuan Penelitian *Knowledge Acquisition Efficacy*

No	Kriteria	Indikator	Temuan
1	Tinggi (7,03)	Perasaan yakin untuk mempertajam umpan balik korektif.	Responden melakukan introspeksi atas kesalahan pengambilan keputusan yang pernah dilakukan sebelumnya. Perasaan yakin untuk mempertajam umpan balik korektif ditunjukkan dengan berfokus pada akurasi perkiraan pertumbuhan bisnis, aspek kelancaran bisnis, fokus pada perilaku saat kerja, bukan pribadi karyawan, saling memberikan kritik dan saran dan memberikan kesempatan untuk merespon.
2	Tinggi (7,07)	Keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami.	Responden yakin akan kemampuannya dalam memperdalam keahlian tentang desain fashion busana muslim. Responden menjadikan pengalaman sebagai guru terbaik, selain itu responden juga belajar dari orang lain, termasuk pesaing. Responden tidak segan mencari ilmu kepada yang lebih ahli demi mengupgrade ilmu dengan mengikuti pelatihan dan <i>coaching clinic</i> yang diadakan

- asosiasi untuk memperluas wawasan dengan literasi
- 3 Tinggi Keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Alquran). (7,09)
- Responden yakin mampu untuk menerima berbagai macam pembelajaran yang dilakukan. Responden berani untuk mengintensifkan bermacam pembelajaran dengan melihat atau mendengar pengalaman dari orang lain. Pengamatan dan penguasaan responden dalam mengimitasi produk baru diperoleh dari keyakinan atas ilmu yang dimiliki. Responden senang berbagi ilmu pengetahuan, teknik, pengalaman dan ide yang dimiliki kepada ukm lain, bertukar ilmu pengetahuan dan saling mengkomunikasikan informasi agar kesuksesan dapat menjadi sukses bersama
- 4 Tinggi Menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru. (7,11)
- Responden mampu mendorong diri untuk mencari pengetahuan baru di bidang fashion muslim. Responden menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru yang ditunjukkan dengan memandang situasi yang sulit sebagai tantangan untuk membuat produk baru, menambah kedalaman ilmu untuk model pemasaran baru, menggunakan bahan baku yang baru dan mengembangkan produk dalam mengeksplorasi metode metode baru. UKM berani bertanya kepada yang lebih ahli untuk memperbaiki produk, selalu berani mencoba dan tidak malu untuk mengakui kesalahan

- 5 Tinggi (7,66) Keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan. Responden yakin mampu berbagi pengetahuan tentang fashion muslim dengan UKM lain. Keteguhan diri responden untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan pada UKM ditunjukkan dengan suka berdiskusi, saling mengingatkan satu dengan lainnya, tidak malu bertanya idak malu mengakui tidak tahu

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Innovative Behaviour

Indikator variabel *Innovative Behaviour* mencakup : Menciptakan ide baru, Berbagi ide, Realisasi ide dan Mengeksplorasi peluang yang ada. Berdasarkan penelitian di lapangan indeks variabel *Innovative Behaviour* nampak pada Tabel 4.10.

Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif *Innovative Behaviour*

No	Indikator	Mean	Kriteria
1	Menciptakan ide baru	7,07	Tinggi
2	Berbagi ide	7,10	Tinggi
3	Realisasi ide	7,33	Tinggi
4	Mengeksplorasi peluang yang ada	7,36	Tinggi
Rata-rata <i>Innovative Behaviour</i>		7,22	Tinggi

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap perilaku berinovasi adalah dalam kondisi tinggi margin. Responden mampu menunjukkan perilaku berinovasi dengan baik dalam mengembangkan bisnis busana muslimnya. Secara rinci dapat disajikan seperti pada Tabel 4.11.

Tabel 4. 11 Persepsi Responden dan Tamuan Penelitian *Innovative Behaviour*

No.	Kriteria	Indikator	Temuan
1	Tinggi (7,07)	Menciptakan ide baru	Kemampuan responden dalam merespon tantangan lebih cepat (penciptaan ide baru) ditunjukkan dengan kemampuan merubah sistem dan pola berkomunikasi, mengikuti perkembangan pasar, mengikuti persaingan bisnis yang semakin kompleks dan ketat, mendapatkan dan mengevaluasi informasi dengan cepat, memanfaatkan solusi dengan teknologi informasi untuk mengoptimasi proses bisnis yang dimilikinya.
2	Tinggi (7,10)	Berbagi ide	Responden mampu berbagi ide dalam mengembangkan produk baru UKM dengan mengembangkan produk lama yang disesuaikan dengan perkembangan pasar dan dengan proses yang baru dan dengan tehnologi baru
3	Tinggi (7,33)	Realisasi ide	Responden mampu merealisasikan ide dalam menangkap peluang pasar dengan mengamati kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen, mengetahui karakter para konsumen berdasarkan analisis usia, jenis kelamin, latar belakang pendidikan, pendapatan, juga status sosialnya. responden mampu memperkirakan potensi beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan dan menentukan target pasar

			secara spesifik Persaingan	Menilai
4	Tinggi (7,36)	Mengeksplorasi peluang yang ada.	Responden mengeksplorasi dengan mengembangkan produk lama disesuaikan dengan perkembangan pasar, mengembangkan produk dengan proses yang baru dan mengembangkan produk dengan tehnologi baru	mampu peluang mengembangkan

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Responden mampu menghasilkan dan menerapkan ide-ide baru untuk menguntungkan individu, kelompok atau organisasi dengan menciptakan ide model baru busana muslim, saling berbagi ide dengan UKM lain, merealisasikan desain fashion baru dan melakukan eksplorasi peluang peluang trend busana muslim yang berkembang di pasar.

Indikator tertinggi variable *Innovative Behaviour* adalah mengeksplorasi peluang yang ada, hal ini menunjukkan bahwa responden selalu melakukan eksplorasi peluang-peluang trend busana muslim yang berkembang di pasar. Indikator dengan nilai mean terendah adalah berbagi ide yang menunjukkan bahwa responden belum merasakan manfaat berbagi ide secara langsung sehingga muncul keengganan untuk berbagi dengan UKM lain.

Kinerja UKM

Indikator variabel Kinerja UKM mencakup : Kualitas produk, Kuantitas produk yang dihasilkan, Efektivitas biaya, Lolos kualitas control dan Meningkatkan perekonomian umat. Berdasarkan penelitian di lapangan indeks variabel Kinerja UKM nampak pada Tabel 4.12.

Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Kinerja UKM

No	Indikator	Mean	Kriteria
1	Kualitas produk	7,25	Tinggi
2	Kuantitas produk yang dihasilkan	7,46	Tinggi
3	Efektivitas biaya	7,29	Tinggi
4	Lolos kualitas control	7,33	Tinggi
5	Meningkatkan perekonomian umat	7,21	Tinggi
Rata-rata Kinerja UKM		7,31	Tinggi

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa responden memiliki kemampuan dalam memproduksi busana muslim sesuai dengan kualitas, kuantitas, standar prosedur produksi dan mampu memasarkan dengan baik.

Secara rinci jawaban responden rata-rata indikator Kinerja UKM adalah sebagaimana disajikan seperti pada Tabel 4.13.

Tabel 4. 13 Persepsi Responden dan Temuan Penelitian Kinerja UKM

No.	Kriteria	Indikator	Temuan
1	Tinggi (7,25)	Kualitas produk	Produk yang dihasilkan responden mampu memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan dengan meminimalisir jumlah produk reject; meningkatkan kualitas baik dari segi Kualitas bahan, warna/motif maupun jahitan
2	Tinggi (7,46)	Kuantitas produk yang dihasilkan	Kuantitas Produk yang ditetapkan responden ditunjukan dengan peningkatan jumlah produksi dan jumlah permintaan sehingga membutuhkan tambahan SDM. Dengan peningkatan permintaan tersebut berdampak pada peningkatan jumlah pemasar (reseller) dan jumlah cabang yang bertambah
3	Tinggi (7,29)	Efektivitas biaya	Responden mampu mengefektifkan biaya UKM yang ditunjukan dengan memangkas biaya yang tidak diperlukan, memaksimalkan sumber

			daya yang dimiliki, menetapkan harga dengan baik dan mengoptimalkan sisa produksi menjadi produk baru
4	Tinggi (7,33)	Lolos kualitas control	Responden mampu menekan kesalahan produksi dengan pengetatan proses <i>quality control</i> pada produk; penggunaan bahan baku yang berkualitas; melaksanakan proses produksi sesuai SOP; penguatan peran supervise dalam mengawasi berjalannya produksi
5	Tinggi (7,21)	Meningkatkan perekonomian umat	Responden sadar bahwa dengan bisnisnya ini mereka membantu dalam peningkatan perekonomian umat yang diwujudkan dengan meningkatnya permintaan fashion muslim yang sesuai syari maka akan meningkatnya pendapatan/gaji karyawan, membuka lapangan pekerjaan bagi lingkungan sekitar dan meningkatkan kontribusi UKM dalam setiap kebutuhan sosial yang ada di sekitar.

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden mampu meningkatkan produksi busana muslim secara kualitas, kuantitas dengan mengefektifitaskan pembiayaan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan organisasi. Indikator tertinggi adalah kuantitas produk yang dihasilkan yang maknanya adalah kemampuan UKM untuk memenuhi permintaan pasar dalam jumlah yang diminta. Indikator terendah adalah Meningkatkan perekonomian umat hal ini menunjukkan bahwa Responden sadar bahwa mereka cukup mampu memberikan kontribusi dalam peningkatan perekonomian umat dengan bisnisnya tersebut.

Uji Asumsi

Uji asumsi pada studi ini mencakup ; evaluasi normalitas data, evaluasi aouliers, evaluasi multicolinearitas dan pengujian residual. Berdasarkan analisis data dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Evaluasi Normalitas Data

Structural Equation Model (SEM) bila diestimasi dengan menggunakan *Maximum Likelihood Estimation Estimation Tecnique*, mensyaratkan dipenuhinya asumsi normalitas. Berdasarkan analisis data normalitas *univariate* dan *multivariate* data nampak pada Tabel 4.14.

Tabel 4. 14 Uji Normalitas Data

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
Y3.5	4,000	10,000	-,331	-1,979	-,483	-1,446
Y3.4	3,000	10,000	-,569	-2,406	-,120	-,359
Y3.3	3,000	10,000	-,526	-2,147	-,414	-1,238
Y3.2	4,000	10,000	-,276	-1,651	-,703	2,106
Y3.1	2,000	10,000	-,586	-2,506	,453	1,355
Y2.4	4,000	10,000	-,146	-,874	-,549	-1,642
Y2.3	3,000	10,000	-,541	-2,238	,306	,916
Y2.2	1,000	10,000	-,441	-2,441	,387	1,158
Y2.1	3,000	10,000	-,511	-2,061	-,017	-,052
Y1.5	4,000	10,000	-,278	-1,666	-,742	2,222
Y1.4	2,000	10,000	-,583	-2,489	,240	,719
Y1.3	3,000	10,000	-,409	-2,449	,065	,194
Y1.2	2,000	10,000	-,585	-2,502	,040	,120
Y1.1	1,000	10,000	-,533	-2,191	,044	,133
X3.3	5,000	10,000	-,389	-2,330	-,235	-,703
X3.2	5,000	10,000	-,250	-1,498	-,228	-,683
X3.1	5,000	10,000	-,317	-1,898	-,337	-1,009
X2.4	2,000	10,000	-,322	-1,929	-,634	-1,898
X2.3	3,000	10,000	-,228	-1,363	-,427	-1,280
X2.2	4,000	10,000	-,237	-1,421	-,632	1,893
X2.1	3,000	10,000	-,265	-1,585	-,287	-,858
X1.4	2,000	10,000	-,529	-2,166	-,371	1,110
X1.3	2,000	10,000	-,556	-2,328	-,340	1,019

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
X1.2	2,000	10,000	-,671	-2,019	-,090	-,271
X1.1	2,000	10,000	-,707	-2,234	-,100	-,298
Multivariate					9,976	2,461

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan kriteria *critical ratio* sebesar ± 2.58 pada tingkat signifikansi 0,01 (1%), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada data yang menyimpang. Uji normalitas data untuk setiap indikator terbukti normal, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini memiliki sebaran yang normal. Secara multivariate, nampak bahwa nilai c.r mencapai 2.461 atau dengan kata lain memiliki tingkat signifikansi yang ditentukan. Gejala tersebut dikemukakan oleh Hair (1995) yang menyatakan bahwa data yang normal secara multivariate pasti normal pula secara univariate. Namun sebaliknya, jika secara keseluruhan data normal secara univariate, tidak menjamin akan normal secara multivariate.

2. Evaluasi Outliers

Outliers merupakan observasi atau data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi yang lain dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim, baik untuk sebuah variable tunggal maupun variabel – variabel kombinasi (Hair *et al.*, 2018). Adapun *outliers* dapat dievaluasi dengan dua cara, yaitu analisis terhadap *univariate outliers* dan analisis terhadap *multivariate outliers* (Hair *et al.*, 2018).

a. *Univariate Outliers*

Untuk mendeteksi terhadap adanya *univariate outliers* dapat dilakukan dengan menentukan nilai ambang batas yang akan dikategorikan sebagai *outliers* dengan cara mengkonversi nilai data penelitian ke dalam standart score atau yang biasa di sebut z- score, yang mempunyai nilai rata-rata nol dengan standart deviasi sebesar 1,00 (Hair *et al.*, 2018). Pengujian *univariate outliers* ini dilakukan per konstruk variable dengan program SPSS, pada *Menu Descriptive Statistic – Summarize*. Observasi data yang memiliki nilai z-score $\geq 3,0$ dikategorikan sebagai outliers. Hasil Pengujian *univariate outliers* pada Tabel 4.15 berikut ini menunjukkan tidak adanya *univariate outlier*.

Tabel 4. 15 Univariate Outliers
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zscore(X1.1)	215	-2,72457	1,71738	,0000000	1,0000000
Zscore(X1.2)	215	-2,62488	1,79705	,0000000	1,0000000
Zscore(X1.3)	215	-2,49017	1,73796	,0000000	1,0000000
Zscore(X1.4)	215	-2,44653	1,74057	,0000000	1,0000000
Zscore(X2.1)	215	-2,93605	1,82554	,0000000	1,0000000
Zscore(X2.2)	215	-2,33799	1,92191	,0000000	1,0000000
Zscore(X2.3)	215	-2,80978	1,89403	,0000000	1,0000000
Zscore(X2.4)	215	-2,17570	1,42987	,0000000	1,0000000
Zscore(X3.1)	215	-2,00490	1,92090	,0000000	1,0000000
Zscore(X3.2)	215	-2,03458	1,92769	,0000000	1,0000000
Zscore(X3.3)	215	-1,91666	1,98563	,0000000	1,0000000
Zscore(Y1.1)	215	-2,48623	1,71489	,0000000	1,0000000
Zscore(Y1.2)	215	-2,98411	1,72044	,0000000	1,0000000
Zscore(Y1.3)	215	-2,62952	1,87268	,0000000	1,0000000
Zscore(Y1.4)	215	-2,16682	1,79395	,0000000	1,0000000
Zscore(Y1.5)	215	-2,23507	1,43318	,0000000	1,0000000
Zscore(Y2.1)	215	-2,75217	1,98156	,0000000	1,0000000
Zscore(Y2.2)	215	-2,06717	1,93128	,0000000	1,0000000

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zscore(Y2.3)	215	-2,98973	1,83811	,0000000	1,0000000
Zscore(Y2.4)	215	-2,24830	1,76874	,0000000	1,0000000
Zscore(Y3.1)	215	-2,54801	1,86208	,0000000	1,0000000
Zscore(Y3.2)	215	-2,18907	1,61160	,0000000	1,0000000
Zscore(Y3.3)	215	-2,61098	1,64636	,0000000	1,0000000
Zscore(Y3.4)	215	-2,71000	1,67554	,0000000	1,0000000
Zscore(Y3.5)	215	-2,08568	1,80799	,0000000	1,0000000
Valid N (listwise)	215				

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

b. Multivariate Outliers

Outliers merupakan observasi atau data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi yang lain dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim, baik untuk sebuah variabel tunggal maupun variabel-variabel kombinasi (Hair *et al.*, 2018). Adapun outliers dapat dievaluasi dengan dua cara, yaitu analisis terhadap univariate outliers dan analisis terhadap multivariate outliers (Hair *et al.*, 2018).

Outlier pada tingkat multivariate dapat dilihat dari jarak Mahalanobis (*Mahalanobis Distance*). Perhitungan jarak mahalanobis bisa dilakukan dengan menggunakan program Komputer AMOS 22.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Outlier dengan Mahalanobis Distance

Jumlah observasi	Jumlah Indikator	Mahalanobis d-squared Maksimum	Nilai kritis Mahalanobis d-squared	Keterangan
215	25	39,345	45,315	Tidak ada outlier

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Tabel 4.16 *Mahalanobis d-Squared* yang tertinggi adalah 39,345 (masih dibawah nilai chi square), dimana nilai Chi Square (X^2) (25; 0,001)

= 45,315, sehingga disimpulkan tidak terdapat *Multivariate Outliers*. Data *mahalanobis distance* dapat dilihat dalam lampiran output.

3. Evaluasi Multikolinieritas

Indikasi adanya *multikolinieritas* dan singularitas ditandai dengan nilai determinan matriks kovarians sampel yang benar-benar kecil atau mendekati nol. Hasil analisis *determinant of sample covariance matrix* pada penelitian ini adalah 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai determinan matriks kovarians sampel nol. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tidak terdapat *multikolinieritas* dan *singularitas*.

Tabel 4. 17 Multikolinieritas dan Singularitas

	Y3.5	Y3.4	Y3.3	Y3.2	Y3.1	Y2.4	Y2.3	Y2.2	Y2.1	Y1.5	Y1.4	Y1.3	Y1.2	Y1.1	X3.3	X3.2	X3.1	X2.4	X2.3	X2.2	X2.1	X1.4	X1.3	X1.2	X1.1		
Y3.5	364																										
Y3.4	321	536																									
Y3.3	216	821	691																								
Y3.2	875	452	499	481																							
Y3.1	850	987	244	246	176																						
Y2.4	921	158	295	932	149	221																					
Y2.3	835	958	158	852	117	122	093																				
Y2.2	969	129	286	200	156	201	305	241																			
Y2.1	873	121	245	084	164	101	191	807	177																		
Y1.5	995	242	319	339	113	040	985	151	066	663																	
Y1.4	968	119	280	095	197	036	006	975	927	181	589																
Y1.3	279	567	690	374	211	043	059	154	212	244	218	406															
Y1.2	300	678	834	561	289	206	184	397	390	360	211	021	878														
Y1.1	212	552	735	436	420	202	264	518	523	160	206	816	221	980													
X3.3	265	224	313	434	533	460	419	702	601	627	426	574	599	594	634												
X3.2	055	197	327	453	469	560	466	616	630	428	437	443	451	516	113	585											
X3.1	184	210	298	348	543	518	433	646	613	432	522	528	447	675	171	235	615										
X2.4	676	702	835	593	626	638	581	603	662	034	842	019	045	927	630	712	731	003									
X2.3	343	560	719	527	686	786	614	684	718	793	827	756	840	766	480	651	523	367	204								
X2.2	523	616	840	694	718	774	497	570	640	785	922	839	922	804	397	494	438	258	524	975							
X2.1	644	809	861	730	773	756	517	623	629	848	915	833	121	834	595	434	318	260	571	442	151						
X1.4	712	641	798	641	966	912	532	536	613	790	866	819	866	441	287	445	815	887	314	866	634						
X1.3	792	503	657	550	741	834	515	560	629	617	989	923	017	0511	541	387	439	870	866	931	766	818	563				
X1.2	547	552	539	580	629	541	572	551	445	448	999	743	893	817	533	319	376	651	678	739	642	407	495	258			
X1.1	527	537	446	442	786	610	492	369	448	424	922	664	881	915	587	360	433	615	612	609	611	467	527	502	229		

Condition number = 51,887

Eigenvalues

3,783 2,195 1,507 1,051 ,821 ,784 ,692 ,665 ,612 ,486 ,481 ,452 ,405 ,319 ,283 ,261 ,259 ,173 ,161 ,108 ,073

Determinant of sample covariance matrix = ,000

	Y3.5	Y3.4	Y3.3	Y3.2	Y3.1	Y2.4	Y2.3	Y2.2	Y2.1	Y1.5	Y1.4	Y1.3	Y1.2	Y1.1	X3.3	X3.2	X3.1	X2.4	X2.3	X2.2	X2.1	X1.4	X1.3	X1.2	X1.1		
Y3.5	000																										
Y3.4	540	000																									
Y3.3	482	697	000																								
Y3.2	361	579	580	000																							
Y3.1	375	463	514	536	000																						
Y2.4	446	488	530	440	523	000																					
Y2.3	376	459	488	374	524	520	000																				
Y2.2	421	474	524	509	524	538	603	000																			
Y2.1	385	477	514	467	535	501	558	818	000																		
Y1.5	396	478	493	541	462	427	417	471	443	000																	
Y1.4	391	437	485	432	504	432	432	405	391	450	000																
Y1.3	536	634	664	562	529	451	472	497	530	492	488	000															
Y1.2	499	621	659	584	515	477	483	550	555	491	444	768	000														
Y1.1	457	565	613	528	558	467	506	587	598	412	434	678	758	000													
X3.3	135	110	149	216	293	241	227	367	319	300	207	269	276	269	000												
X3.2	029	098	158	228	253	298	256	327	339	208	216	227	211	238	692	000											
X3.1	094	104	143	174	289	274	236	339	327	209	255	268	207	308	721	772	000										
X2.4	254	254	284	217	245	247	232	232	259	365	302	379	356	310	284	326	341	000									
X2.3	130	237	295	225	313	355	286	308	328	327	346	328	373	299	253	348	277	531	000								
X2.2	242	275	364	314	347	370	245	271	309	342	408	385	387	332	221	279	245	517	730	000							
X2.1	286	346	358	316	359	346	244	284	291	354	388	366	450	369	211	235	171	496	721	700	000						
X1.4	243	211	255	214	308	321	193	188	218	254	357	277	337	324	181	120	184	247	313	341	310	000					
X1.3	273	167	212	185	266	296	189	198	226	200	326	315	318	323	224	165	183	266	309	351	277	783	000				
X1.2	197	192	182	204	236	201	143	130	167	152	344	265	292	262	231	140	164	208	253	291	243	699	732	000			
X1.1	191	188	151	156	206	228	189	135	169	145	319	238	289	295	255	159	180	188	229	241	232	720	745	772	000		

Condition number = 35,607

Eigenvalues

5,101 2,486 1,665 1,590 1,323 1,181 ,949 ,831 ,756 ,698 ,677 ,615 ,524 ,485 ,442 ,426
,366 ,292 ,255 ,197 ,143

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil output analisis *determinant of sample covariance* matrix oleh program AMOS 22 yaitu sebesar 0,000 yang berada pada nol, maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat *multicolinearity* dan *singularity* (Haryono dan Wardoyo, 2012).

4. Pengujian Residual

Pengujian terhadap nilai residual mengindikasikan bahwa secara signifikan model yang sudah dimodifikasi tersebut dapat diterima dan nilai nilai residual yang ditetapkan adalah $\pm 2,58$ pada taraf signifikansi 5 % (Hair, 1995). Sedangkan standart residual yang diolah dengan menggunakan program AMOS dapat dilihat dalam (lampiran halaman 2: output AMOS). Berdasarkan hasil olahan AMOS menunjukkan tidak terdapat nilai residual yang melebihi 2,58.

Uji Validitas dan Reliabilitas Data

a. Uji Validitas Data

Validitas dalam penelitian diuji dengan menggunakan uji validitas konvergen. Anderson dan Gerbing (1988) menyatakan bahwa validitas konvergen dapat dilihat dari *structural equation modelling* dengan memperhatikan pada masing-masing koefisien indikator pada setiap konstruk yang memiliki nilai lebih besar dari dua kali masing-masing standart errornya.

Pada analisis faktor konfirmatori, presentase rata-rata *variance extracted* antar indikator menggambarkan ringkasan indikator konvergen. Rata-rata nilai *variance extracted* (AVE) dapat dihitung dengan menggunakan nilai *standardized loading*. Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.18 tampak bahwa validitas konvergen dapat terpenuhi karena masing – masing indicator memiliki nilai loading factor yang lebih besar dari dua kali standar errornya.

b. Uji Reliabilitas Data

Setelah tidak menunjukkan terjadinya problem identifikasi, langkah selanjutnya adalah uji reliabilitas yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat memberikan hasil yang relatif sama apabila dilakukan pengukuran kembali pada obyek yang sama. Nilai reliabilitas minimum dari dimensi pembentuk variabel laten yang dapat diterima adalah sebesar adalah 0,70. *Construct Reliability*

didapatkan dari rumus Hair, et.al., (1995,p.642):

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{standardized loading})^2}{(\sum \text{standardized loading})^2 + \sum \epsilon_j}$$

Keterangan :

- *Standard Loading* diperoleh dari *standardized loading* untuk tiap-tiap indikator yang didapat dari hasil perhitungan komputer.
- $\sum \epsilon_j$ adalah *measurement error* setiap indikator. *Measurement error* dapat diperoleh dari 1 – reliabilitas indikator. Tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah $\geq 0,7$

Variance extract menunjukkan jumlah varians dari indikator yang diekstraksi oleh variabel laten yang dikembangkan. Nilai *variance extract*

$$\text{Variance Extract} = \frac{\sum \text{standardized loading}^2}{\sum \text{standardized loading}^2 + \sum \epsilon_j}$$

yang dapat diterima adalah minimum 0,50. Persamaan *variance extract* adalah :

Keseluruhan hasil uji reliabilitas dan *variance extract* pada studi ini tersaji pada Tabel 4.18.

Tabel 4. 18 Uji Reliabilitas dan *Variance Extract*

No	Variabel	Indikator	Loading Factor	Stand. Error	Construct Reliability	Variance Extract
1	<i>Exploitative Learning</i>	X1.1	0,887	0,213	0.933	0.777
		X1.2	0,868	0,247		
		X1.3	0,896	0,197		
		X1.4	0,875	0,234		
2	<i>Exploratory Learning</i>	X2.1	0,834	0,304	0.880	0.651
		X2.2	0,858	0,264		
		X2.3	0,876	0,233		
		X2.4	0,635	0,597		
3	<i>Tawhidic Paradigm</i>	X3.1	0,916	0,161	0.910	0.771
		X3.2	0,880	0,226		
		X3.3	0,837	0,299		
4	<i>Knowledge Acquisition Efficacy</i>	Y1.1	0,818	0,331	0.868	0.575
		Y1.2	0,874	0,236		
		Y1.3	0,855	0,269		
		Y1.4	0,582	0,661		
		Y1.5	0,609	0,629		
5	<i>Innovative Behaviour</i>	Y2.1	0,874	0,236	0.861	0.613
		Y2.2	0,903	0,185		
		Y2.3	0,686	0,529		
		Y2.4	0,634	0,598		
6	Kinerja UKM	Y3.1	0,675	0,544	0.850	0.533
		Y3.2	0,726	0,473		
		Y3.3	0,824	0,321		
		Y3.4	0,789	0,377		
		Y3.5	0,617	0,619		

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

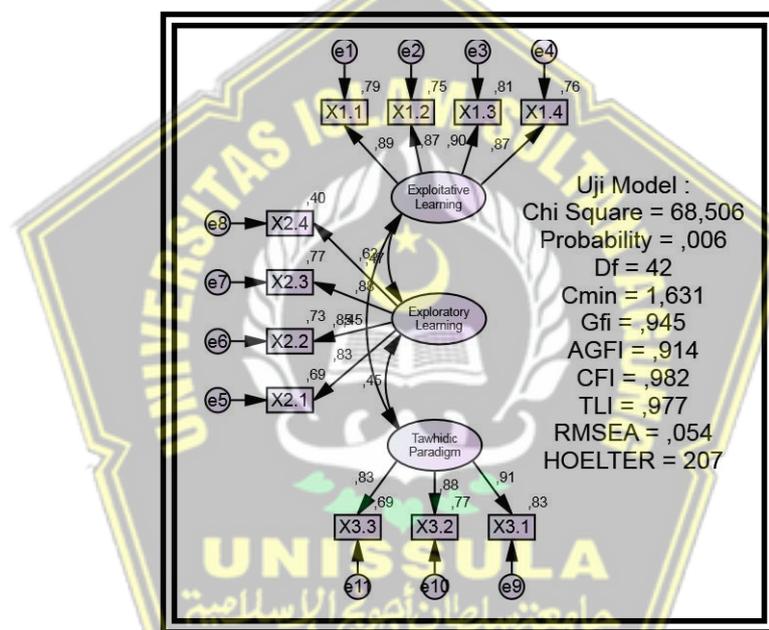
Berdasarkan penhitungan pada Tabel 4.18 tampak bahwa tidak terdapat nilai *construct reliabilitas* yang lebih kecil dari 0,70. Begitu pula pada uji *variance extract* juga tidak terdapat nilai yang berada di bawah 0,50. Hasil pengujian ini menunjukkan semua indikator – indikator (*observed*) pada konstruk yang dipakai sebagai *observed variable* bagi

konstruk atau variabel latennya mampu menjelaskan konstruk atau variabel laten yang dibentuknya.

Analisis Faktor Konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis*)

a. Analisis faktor konfirmatori 1

Model pengukuran untuk analisis faktor konfirmatori 1 mencakup variabel laten eksogen, yaitu *Exploitative Learning*, *Exploratory Learning* dan *Tawhidic Paradigm*. Hasil dari analisis ini dapat dilihat pada Gambar 4.2.



Sumber : Lampiran Hasil Output 1

Gambar 4. 2 Analisis Faktor Konfirmatori Antar Variabel Eksogen

Tabel 4. 19 Standardized Regresion Weight (*Loading Factor*)

	Estimate
X1.1 <--- Exploitative_Learning	,887
X1.2 <--- Exploitative_Learning	,868
X1.3 <--- Exploitative_Learning	,896
X1.4 <--- Exploitative_Learning	,875
X2.1 <--- Exploratory_Learning	,834
X2.2 <--- Exploratory_Learning	,858
X2.3 <--- Exploratory_Learning	,876
X2.4 <--- Exploratory_Learning	,635
X3.1 <--- Tawhidic_Paradigm	,916

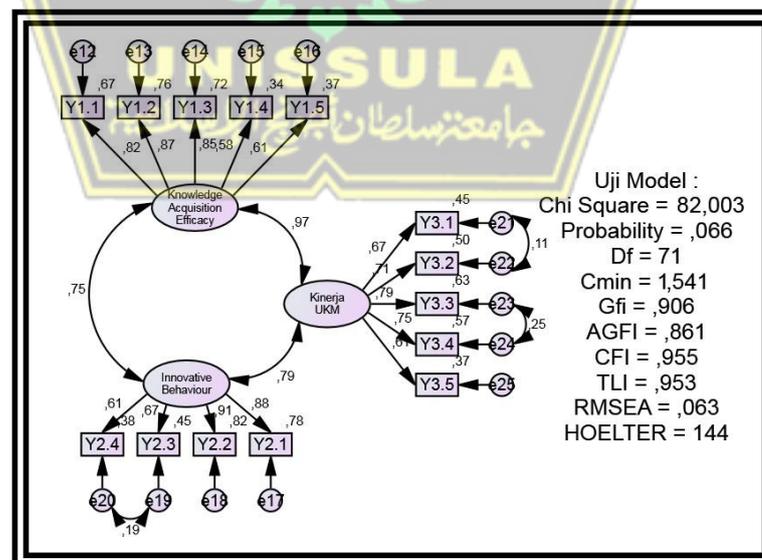
	Estimate
X3.2 <--- Tawhidic_Paradigm	,880
X3.3 <--- Tawhidic_Paradigm	,837

Sumber : Lampiran Hasil Output 1

Tabel 4.19 nampak bahwa setiap dimensi-dimensi dari masing-masing memiliki nilai *loading faktor* (koefisien λ) atau *regression weight* atau *standardized estimate* di atas 0,5, dengan nilai *Critical Ratio* atau C.R $\geq 2,00$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai pembentuk variabel eksogen yang signifikan. Oleh karena itu semua indikator dapat diterima.

b. Analisis faktor konfirmatori 2

Model Pengukuran untuk analisis faktor konfirmatori 2 mencakup dimensi variabel laten eksogen, yaitu *Knowledge Acquisition Efficacy*, *Innovative Behaviour* dan Kinerja UKM. Hasil dari analisis ini dapat dilihat pada Gambar 4.3 dan Tabel 4.20.



Sumber : Lampiran Hasil Output 1

Gambar 4. 3 Analisis Faktor Konfirmatory Antar Variabel Endogen

Tabel 4. 20 Standardized Regression Weight (Loading Factor)

	Estimate
Y1.2 <--- Knowledge_Acquisition_Efficacy	,874
Y1.3 <--- Knowledge_Acquisition_Efficacy	,855
Y1.4 <--- Knowledge_Acquisition_Efficacy	,582
Y2.1 <--- Innovative_Behaviour	,874
Y2.2 <--- Innovative_Behaviour	,903
Y2.3 <--- Innovative_Behaviour	,686
Y2.4 <--- Innovative_Behaviour	,634
Y3.1 <--- Kinerja_UKM	,675
Y3.2 <--- Kinerja_UKM	,726
Y3.3 <--- Kinerja_UKM	,824
Y3.4 <--- Kinerja_UKM	,789
Y3.5 <--- Kinerja_UKM	,617
Y1.1 <--- Knowledge_Acquisition_Efficacy	,818
Y1.5 <--- Knowledge_Acquisition_Efficacy	,609

Sumber : Lampiran Hasil Output 2

Tabel 4.20 nampak bahwa setiap dimensi-dimensi dari masing-masing memiliki nilai *loading faktor* (koefisien λ) atau *regression weight* atau *standardized estimate* di atas 0,5, dengan nilai *Critical Ratio* atau C.R $\geq 2,00$. sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai pembentuk variabel eksogen yang signifikan. Oleh karena itu semua indikator dapat diterima.

c. Full Model Knowledge Acquisition Efficacy

Adapun hasil uji terhadap kelayakan (*goodness of fit*) dari full model SEM ini disajikan dalam Tabel 4.21.

Tabel 4. 21 Hasil Uji *Goodness of Fit* Full Model SEM

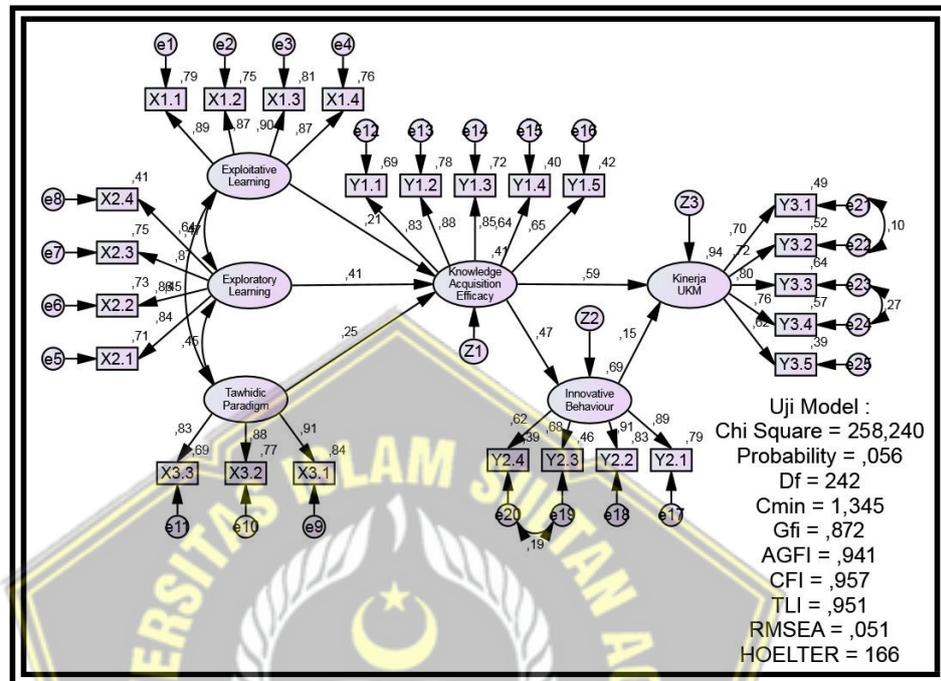
No	Indeks <i>Goodness of Fit</i>	Kriteria	Nilai Estimasi	Keterangan
1	Chi-Square (df=242)	Kecil(<279.29)	258.240	Fit
2	Probabilitas	$\geq 0,05$	0.056	Fit
3	CMIN/DF	$\leq 2,00$	1.345	Fit
4	GFI	$\geq 0,90$	0.872	Marjinal
5	AGFI	$\geq 0,90$	0.941	Fit
6	TLI	$\geq 0,95$	0.951	Fit
7	CFI	$\geq 0,95$	0.957	Fit
8	RMSEA	$\leq 0,08$	0.051	Fit

Sumber: Pengolahan data penelitian, 2022

Berdasarkan hasil pengujian kelayakan model yang disajikan dalam Tabel 4.21 diketahui bahwa hasil estimasi nilai kriteria *chi-square*, probabilitas, CMINDF, AGFI, TLI, CFI dan RMSEA terdapat pada rentang nilai yang diharapkan, yakni termasuk pada kategori fit (baik). Pada indeks GFI diperoleh hasil yang kurang baik, tetapi nilainya mendekati *cut off value* atau dapat dikatakan marjinal fit yaitu kondisi kesesuaian model pengukuran di bawah kriteria ukuran fit, namun masih dapat diteruskan pada analisis lebih lanjut karena dekat dengan kriteria *good fit*, sehingga model masih dapat diterima (Limakrisna & Mardo, 2016). Atas dasar tersebut, maka disimpulkan bahwa model penelitian ini memenuhi ukuran kesesuaian model (*goodness of fit*) dan dapat dilanjutkan pada analisis lebih lanjut, yaitu pengujian hipotesis.

Setelah model dianalisis melalui faktor konfirmatori, maka masing-masing indikator dalam model yang fit tersebut dapat digunakan untuk mendefinisikan konstruk laten, sehingga full model *Structural*

Equation Model (SEM) dapat dianalisis. Hasil pengolahannya dapat dilihat pada Gambar 4.4 sebagaimana berikut :



Sumber : Lampiran Hasil Output 2

Gambar 4. 4 Full Model *Knowledge Acquisition Efficacy*

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan perhitungan melalui analisis konfirmatori dan uji model *structural equation model Knowledge Acquisition Efficacy* seperti yang disajikan pada Tabel 4.21 maka model ini dapat diterima. Kemudian berdasarkan model fit ini akan dilakukan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagaimana tampak pada table 4.22:

Tabel 4. 22 Hasil Uji Hipotesis Berbasis SEM

	Hubungan Antar variabel	Estimate	CR	P	Keterangan
H1	<i>Exploitative Learning</i> → <i>Knowledge Acquisition Efficacy</i>	0.207	2.787	0,005	diterima
H2	<i>Exploratory Learning</i> → <i>Knowledge Acquisition Efficacy</i>	0.409	5.243	0,000	diterima
H3	<i>Tawhidic Paradigm</i> → <i>Knowledge Acquisition Efficacy</i>	0.234	2.121	0,034	diterima
H4	<i>Knowledge Acquisition Efficacy</i> → <i>Innovative Behaviour</i>	0.585	9.892	0,000	diterima
H5	<i>Knowledge Acquisition Efficacy</i> → <i>Kinerja UKM</i>	0.467	7.882	0,000	diterima
H6	<i>Innovative Behaviour</i> → <i>Kinerja UKM</i>	0,141	1.778	0,075	ditolak

Mengacu pada hasil pengujian terhadap model keseluruhan, maka dapat dituliskan persamaan model matematik dalam bentuk *Structural Equation Model* (SEM) sebagai berikut :

$$Y_1 = 0,207 X_1 + 0,409 X_2 + 0,234 X_3 \quad R^2 = 0,401 \quad (1)$$

$$Y_2 = 0,585 Y_1 \quad R^2 = 0,603 \quad (2)$$

$$Y_3 = 0,467 Y_1 + 0,141 Y_2 \quad R^2 = 0,896 \quad (3)$$

Nilai koefisien determinasi (R^2) dalam model SEM disebut dengan istilah *Square Multiple Correlation* dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Nilai *squared multiple correlation* pada persamaan pertama adalah 0,401 Nilai ini menunjukkan bahwa 40,1% dari variasi nilai *Knowledge Acquisition Efficacy* dipengaruhi oleh adanya kontribusi variasi nilai variabel *Exploitative Learning*, *Exploratory Learning* dan *Tawhidic Paradigm*.

- 2) Nilai *squared multiple correlation* pada persamaan kedua adalah 0,603. Nilai ini menunjukkan bahwa 60,3% dari variasi nilai *Innovative Behaviour* dipengaruhi oleh adanya kontribusi variasi nilai variable *Knowledge Acquisition Efficacy*.
- 3) Nilai *squared multiple correlation* pada persamaan kedua adalah 0,896. Nilai ini menunjukkan bahwa 89,6% dari variasi nilai Kinerja UKM dipengaruhi oleh adanya kontribusi variasi nilai variable *Knowledge Acquisition Efficacy* dan *Innovative Behaviour*.

Tabel 4.22 menyajikan pengaruh langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Exploitative Learning* terhadap *Knowledge Acquisition Efficacy*

Hipotesis pertama yang di ajukan dalam studi ini adalah semakin baik *Exploitative Learning* maka semakin meningkat *Knowledge Acquisition Efficacy*.

Parameter estimasi antara *Exploitative Learning* dengan *Knowledge Acquisition Efficacy* menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai CR = 2.787 atau $CR \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar $0,005 < 0.05$. Dengan demikian hipotesis pertama **diterima**, artinya jika *Exploitative Learning* semakin baik, maka *Knowledge Acquisition Efficacy* semakin meningkat. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan *Knowledge Acquisition Efficacy* dibangun oleh *Exploitative Learning*.

2. Pengaruh *Exploratory Learning* terhadap *Knowledge Acquisition Efficacy*

Hipotesis kedua yang di ajukan dalam studi ini adalah Semakin baik *Exploratory Learning* maka semakin meningkat *Knowledge Acquisition Efficacy*. Variabel *Exploratory Learning* dibangun oleh indikator fokus pada penemuan ilmu dan informasi, memberlakukan pengetahuan dan konsep baru dengan tehnik baru, interpretasi ilmu dan pengetahuan untuk menghasilkan produk baru dan mencari variasi pengetahuan dengan berbagai macam cara untuk menghasilkan produk yang baik. Sedangkan *Knowledge Acquisition Efficacy* dibangun oleh indikator perasaan yakin untuk mempertajam umpan balik korektif, Keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami, keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Alquran), menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru, dan keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan.

Parameter estimasi antara *Exploratory Learning* dengan *Knowledge Acquisition Efficacy* menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai CR = 5.243 atau $CR \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar $0,000 < 0.05$. Dengan demikian hipotesis kedua **diterima**, artinya jika *Exploratory Learning* semakin baik, maka *Knowledge Acquisition Efficacy* semakin meningkat. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa

untuk meningkatkan *Knowledge Acquisition Efficacy* dibangun oleh *Exploratory Learning*.

3. Pengaruh *Tawhidic Paradigm* terhadap *Knowledge Acquisition Efficacy*

Hipotesis ketiga yang di ajukan dalam studi ini adalah semakin baik *Tawhidic Paradigm* maka semakin meningkat *Knowledge Acquisition Efficacy*. Variabel *Tawhidic Paradigm* dibangun oleh indicator Representasi perseptual yang dicirikan sebagai umat yang selalu menjalankan perintahNya dan menjauhi laranganNya, memanfaatkan akal dan pikiran yang telah di karuniakan kepadanya untuk sebaik baik manfaat dan Visualisasi dari nilai nilai Islam dalam perilaku individu. Sedangkan *Knowledge Acquisition Efficacy* dibangun oleh indicator perasaan yakin untuk mempertajam umpan balik korektif, Keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami, keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Alquran), menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru, dan keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan.

Parameter estimasi antara *Tawhidic Paradigm* dengan *Knowledge Acquisition Efficacy* menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai CR = 2.121 atau $CR \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar $0,034 < 0.05$. Dengan demikian hipotesis ketiga **diterima**, artinya jika *Tawhidic Paradigm* semakin baik, maka *Knowledge Acquisition Efficacy* semakin

meningkat. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan *Knowledge Acquisition Efficacy* dibangun oleh *Tawhidic Paradigm*.

4. Pengaruh *Knowledge Acquisition Efficacy* terhadap *Innovative Behaviour*

Hipotesis keempat yang di ajukan dalam studi ini adalah semakin baik *Knowledge Acquisition Efficacy* maka *Innovative Behaviour* semakin meningkat. Variabel *Knowledge Acquisition Efficacy* dibangun oleh indicator perasaan yakin untuk mempertajam umpan balik korektif, Keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami, keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Alquran), menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru, dan keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan. Sedangkan variabel *Innovative Behaviour* dibangun oleh indicator Menciptakan ide baru, Berbagi ide, Realisasi ide dan mengeksplorasi peluang.

Parameter estimasi antara *Knowledge Acquisition Efficacy* terhadap *Innovative Behaviour* menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai $CR = 9.892$ atau $CR \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis kelima diterima, artinya jika *Knowledge Acquisition Efficacy* semakin baik, maka *Innovative Behaviour* semakin meningkat. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa

untuk meningkatkan *Innovative Behaviour* dibangun oleh *Knowledge Acquisition Efficacy*.

5. Pengaruh *Knowledge Acquisition Efficacy* terhadap Kinerja UKM

Hipotesis kelima yang di ajukan dalam studi ini adalah semakin baik *Knowledge Acquisition Efficacy* maka semakin meningkat Kinerja UKM. Variabel *Knowledge Acquisition Efficacy* dibangun oleh indikator perasaan yakin untuk mempertajam umpan balik korektif, Keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami, keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Alquran), menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru, dan keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan. Sedangkan variabel Kinerja UKM dibangun oleh indikator Kualitas produk, Kuantitas produk yang dihasilkan, Efektivitas biaya, lolos kualitas control dan Meningkatkan perekonomian umat.

Parameter estimasi antara *Knowledge Acquisition Efficacy* terhadap Kinerja UKM menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai CR = 7.882 atau $CR \geq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis keempat **diterima**, artinya jika *Knowledge Acquisition Efficacy* semakin baik, maka Kinerja UKM semakin meningkat. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan Kinerja UKM dibangun oleh *Knowledge Acquisition Efficacy*.

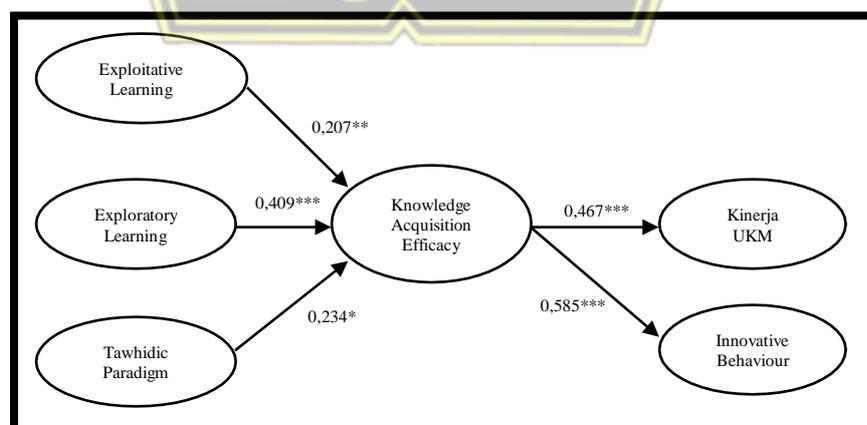
6. Pengaruh *Innovative Behaviour* terhadap Kinerja UKM

Hipotesis keenam yang di ajukan dalam studi ini adalah semakin baik *Innovative Behaviour* maka semakin meningkat Kinerja UKM. Variabel *Innovative Behaviour* dibangun oleh indicator Menciptakan ide baru, Berbagi ide, Realisasi ide dan eksplorasi peluang. Sedangkan variabel *Kinerja UKM* dibangun oleh indicator Kualitas produk, Kuantitas produk yang dihasilkan, Efektivitas biaya, lolos kualitas control dan Meningkatkan perekonomian umat.

Parameter estimasi antara *Innovative Behaviour* terhadap Kinerja UKM menunjukkan hasil yang tidak signifikan dengan nilai CR = 1.778 atau CR $\leq \pm 2,00$ dengan taraf signifikan sebesar $0,075 > 0,05$. Dengan demikian hipotesis keenam **ditolak**.

Ringkasan Hipotesis

Hipotesis yang ada telah diuji dengan menggunakan analisis SEM akan dirangkum pada variabel pengaruh model *Knowledge Acquisition Efficacy*, disajikan pada Gambar 4.5 :



Gambar 4. 5 Pengaruh Model *Knowledge Acquisition Efficacy*

Gambar 4.5 menunjukkan bahwa *Knowledge Acquisition Efficacy* dipengaruhi secara langsung oleh *Exploitative Learning* sebesar **0,207**, *Exploratory Learning* sebesar **0,409** dan *Tawhidic Paradigm* sebesar **0,234**. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *Exploratory Learning* memiliki pengaruh dominan terhadap *Knowledge Acquisition Efficacy*. Kemudian variabel Kinerja UKM dipengaruhi oleh *Knowledge Acquisition Efficacy* sebesar **0,467** dan variabel *Innovative Behaviour* dipengaruhi oleh *Knowledge Acquisition Efficacy* sebesar **0,585**.

Berdasarkan pada gambar 4.5, dapat disimpulkan bahwa faktor dominan pembentuk model *Knowledge Acquisition Efficacy* yaitu variabel *Exploratory Learning* terhadap *Knowledge Acquisition Efficacy* memiliki pengaruh dominan sebesar **40.9%**, hal ini menunjukkan bahwa *Knowledge Acquisition Efficacy* dipengaruhi oleh keyakinan diri akan kepemilikan ilmu yang dimiliki sebagai hasil dari pembelajaran eksplorasi. Selanjutnya pengaruh kedua *Tawhidic Paradigm* terhadap *Knowledge Acquisition Efficacy* sebesar **23.4%**, menunjukkan bahwa *Knowledge Acquisition Efficacy* dipengaruhi oleh keyakinan diri akan kepemilikan ilmu yang dimiliki merupakan hikmah dari Allah SWT dan pengaruh *Exploitative Learning* terhadap *Knowledge Acquisition Efficacy* memiliki pengaruh ketiga sebesar **20.7%**, artinya *Knowledge Acquisition Efficacy* dipengaruhi oleh keyakinan diri akan kepemilikan ilmu yang dimiliki sebagai hasil dari pembelajaran eksploitasi.

Pembahasan

Knowledge Acquisition Efficacy merupakan perasaan yakin seorang pengusaha untuk mempertajam umpan balik korektif sebagai pengetahuan baru, yakin bahwa kompetensinya akan menjadi lebih baik jika memperdalam keterampilan belajar, serta berani untuk mengintensifkan bermacam pembelajaran dengan menantang dirinya sendiri dalam memperluas pemaparan pengetahuan baru dan memiliki keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan.

Knowledge Acquisition Efficacy akan terbentuk jika pengusaha mampu mengeksplorasi dan mengeksploitasi pengetahuan yang diperolehnya dari hasil eksploitasi dan eksplorasi lingkungan eksternal dan internalnya. Namun, pembelajaran eksploitasi dan eksplorasi saja tidaklah cukup untuk meningkatkan keyakinan pengusaha bahwa ilmu yang dimiliki adalah milik Allah dan tidak ada satupun ciptaanNya yang tidak memiliki kegunaan / manfaat. Sehingga *Knowledge Acquisition Efficacy* akan terbentuk jika pengusaha mampu mengeksplorasi dan mengeksploitasi pengetahuan yang diwarnai dengan paradigma berbasis tauhid.

Dalam Islam, menekankan bahwa belajar itu memiliki dimensi tauhid, menggali, memahami dan mengembangkan ayat-ayat Allah. Pengembangan dan pendekatan-Nya secara lebih dalam dan dekat, sebagai *rab al-amin*. Pendidikan hati (*qalb*) dituntut agar membawa manfaat yang besar bagi umat manusia dan juga lingkungannya, bukan kerusakan dan kezaliman. Sehingga belajar di dalam perspektif Islam juga mencakup lingkup kognitif (*domain*

cognitive), lingkup afektif (*domain affective*) dan lingkup psikomotor (*domain motor-skill*) yang diungkapkan dengan istilah: Ilmu amaliah, amal ilmiah dalam jiwa imaniah. Dengan demikian pengusaha seyogyanya memahami bahwa proses belajar yang dilakukan adalah bertujuan memperoleh ilmu untuk dikembangkan dan diamankan demi kesejahteraan umat manusia dan lingkungan yang aman sejahtera berdasarkan pertanggungjawaban moral.

Paradigma tauhid yang merupakan representasi perseptual yang dicirikan sebagai umat yang selalu menjalankan perintahNya dan menjauhi laranganNya, memanfaatkan akal dan pikiran yang telah di karuniakan kepadanya untuk sebaik baik manfaat dan Visualisasi dari nilai nilai Islam dalam perilaku individu. Hal ini membawa konsekuensi bahwa belajar dan pembelajaran dapat diartikan sebagai konsep taklim dan Islam. Istilah taklim berasal dari kata '*allama, yua'limu, ta'liman*. Istilah taklim pada umumnya berkonotasi dengan *tarbiyah, tadris, dan ta-dib*, meskipun bila ditelusuri secara mendalam maka istilah tersebut akan terjadi perbedaan makna. Perintah untuk taklim banyak dalil yang menjelaskannya, baik dari sumber Alquran maupun hadis Nabi Muhammad saw. Hasil yang ditimbulkan dengan usaha belajar membaca ayat-ayat *Quraniyah*, dapat menghasilkan ilmu agama seperti fikih, tauhid, akhlak dan sebagainya. Sedangkan hasil yang ditimbulkan dengan usaha membaca ayat-ayat *kawaniyah*, dapat menghasilkan sains seperti fisika, biologi, kimia, astronomi, dan sebagainya. Dapat dirumuskan bahwa ilmu yang bersumber dari ayat kawaniyah harus diperoleh melalui proses belajar membaca.

Belajar dalam Islam mengandung nilai-nilai pendidikan dalam aspek akhlak, yakni larangan bersikap sombong, karena kesombongan dan keangkuhan adalah salah satu sikap jelek yang dibenci Allah SWT; perintah untuk bersikap sederhana dalam berbicara dan bertindak, karena kesederhanaan adalah akhlak yang baik dan merupakan salah satu ciri orang yang beriman, sebagaimana Rasulullah SAW (QS Luqman (31): 12-19); menjadi teladan utama dan paling mulia akhlaknya yang ditegaskan oleh Allah SWT (QS al-Ahzab (33): 21 dan QS al-Qalam (68).

Dalam Islam, belajar merupakan kewajiban setiap muslim (baik laki-laki maupun perempuan). Dan hasil dari belajar (ilmu), harus diamalkan baik untuk diri sendiri maupun bagi orang lain. Rasulullah SAW bersabda: “Mencari ilmu (belajar) wajib hukumnya bagi setiap orang Islam”. Hadis tentang belajar dan yang terkait dengan pencarian ilmu banyak disebut dalam al-Hadis, demikian juga dalam Al-Qur’an al-Karim (QS. Al-Baqarah : 82, 227 ; Ali-Imran : 57; An-Nisa’ : 57, 122 dan seterusnya) sehingga hal ini merupakan indikasi, bahwa betapa belajar dan mencari ilmu itu sangat penting artinya bagi umat manusia. Dengan belajar manusia dapat menciptakan kreasi unik dan spektakuler yang berupa teknologi sebagai sarana untuk lebih memahami akan dirinya, lingkungannya dan juga Tuhan-nya.

Islam menekankan strategi pengembangan ilmu difokuskan pada perbaikan dan kelangsungan hidup manusia untuk menjadi khalifah di bumi (*khalifah fil-ard*) dengan tetap memegang amanah besar dari Allah SWT. Proses mencari ilmu harus selalu berada dalam kontrol iman dan menjadi

bagian integral dalam diri seseorang, sehingga dengan demikian yang terjadi adalah perolehan ilmu amaliah yang berada dalam jiwa yang imaniah. Harapannya, seluruh hasil pembelajaran akan menghasilkan ilmu yang bermanfaat bagi umat manusia di sepanjang masa.

Salah satu gagasan yang komprehensif dan mendalam yang dapat ditemukan dalam Al- Qur'an adalah konsep 'ilm, yang tingkat urgensinya hanya di bawah konsep tauhid. Pencarian ilmu sebagai kewajiban individual dan sosial serta memberikan arti moral dan religius serta ibadah. Belajar dalam Islam bertujuan untuk memperoleh kesejahteraan umat manusia dan lingkungannya dengan motivasi ibadah (QS. Az-Zariyat : 56). Oleh sebab itu segala aktivitas yang berkaitan dengan ilmu dan pengembangannya harus dipertanggungjawabkan secara moral kepada Allah SWT (QS Al-Baqarah : 286).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketika seorang pengusaha melakukan proses pembelajaran yang diwujudkan dengan mengeksplorasi pengetahuan yang ada di lingkungan bisnisnya maka akan semakin baik *Knowledge Acquisition Efficacy*. Keyakinan untuk mengakuisisi tersebut akan diwujudkan dalam keyakinannya akan umpan balik korektif sebagai kepemilikan pengetahuan baru, semakin tinggi keyakinannya bahwa ilmu yang dimiliki adalah pemberian dari Allah SWT yang harus dipertanggungjawabkan penggunaannya dengan sebaik baiknya dalam rangka bermuamalah dan mengembangkan bisnisnya.

Ketika *Exploitative Learning* semakin tinggi, maka *Knowledge Acquisition Efficacy* akan semakin baik. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pembelajaran melalui proses eksploitasi pengetahuan yang dimilikinya dengan menekankan pada pencarian langsung pengetahuan dari sumbernya; melakukan evaluasi untuk membatasi variasi pengetahuan pengalaman dan informasi yang dapat digunakan; mengasah pengetahuan dan menyempurnakan kompetensi serta skill dalam penciptaan produk dan jasa dan memperdalam wawasan tentang produk yang akan di produksi akan semakin meningkatkan keyakinan diri pelaku UKM untuk mempertajam umpan balik korektif, Keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami, keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Alquran), menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru dan keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan.

Responden didominasi oleh responden dengan umur 45 s/d 55 tahun namun ternyata usia tidak menghalangi semangat untuk mengikuti lebih dari 1 asosiasi menempati urutan pertama yaitu sebanyak 57 responden atau 26,5% Sehingga kondisi ini membawa keuntungan tersendiri bagi UKM dimana jalinan silaturahmi akan membuka banyak peluang; memberikan kesempatan untuk mengeksplorasi dan mengeksploitasi ilmu dan tambahan wawasan terkait pengembangan produk sehingga mampu mengambil peluang usaha; mampu mencari pasar dan mengembangkan usahanya.

Enterpreneur learning adalah proses pengembangan berdasarkan pembelajaran seumur hidup dengan menyediakan pembelajaran keterampilan dasar lainnya dan memotivasi siswa untuk belajar (Cismas, 2017). Ketika wirausahawan terlibat dalam lebih banyak eksplorasi untuk mengidentifikasi peluang baru dan membantu mereka menunjukkan keunikan mereka sendiri dan menunjukkan tingkat efikasi diri yang tinggi (Markowska and Wiklund 2020b).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Exploratory Learning* semakin baik, maka *Knowledge Acquisition Efficacy* semakin baik. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan keyakinan bahwa responden memiliki kemampuan diri yang dapat diandalkan, optimis dalam menggunakan pengetahuan dalam proses berpikir dan berperilaku. Keyakinan tersebut dipicu oleh proses pembelajaran UKM yang berfokus pada penemuan ilmu dan informasi terkait busana muslim, memberlakukan pengetahuan dan konsep baru dengan tehnik baru, dalam memproduksi busana muslim, kemudian mampu menginterpretasikan ilmu dan pengetahuan untuk menghasilkan produk busana muslim baru serta menginterpretasi ilmu dan pengetahuan untuk menghasilkan produk busana muslim dengan desain baru.

Perasaan yakin UKM dalam mempertajam umpan balik korektif, Keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami; keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Alquran); menantang diri untuk memperluas

pemaparan pengetahuan baru dan keberanian dalam menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru adalah hasil dari upaya mencari dan menghimpun informasi dengan menggunakan media untuk memperkaya pengalaman, menelaah dan menemukan informasi suatu pengetahuan/konsep ilmu baru dan teknik baru.

Responden didominasi lama Usaha 3 Tahun s/d 10 Tahun data tersebut menunjukkan bahwa responden merupakan pegawai, pensiunan, atau korban PHK perusahaan besar yang kemudian menggeluti usaha bisnis fashion muslim, namun latar belakang pendidikan responden yang cukup tinggi sehingga memiliki kepercayaan diri yang baik untuk memahami strategi pemasaran yang terbaik untuk bisnisnya berdasarkan pengalamannya; lebih memahami dimana mencari peluang untuk mengembangkan bisnisnya; memiliki banyak relasi dan pelanggan dan supplier.

Hasil penelitian ini mendukung (Chegini 2018) yang menyatakan bahwa Pembelajaran eksplorasi yang dilakukan memperkuat keterampilan dan kemampuan memecahkan masalah anggota organisasi dan mendorong mereka untuk mencari pengetahuan baru. *Entrepreneurship learning* mendorong dan mengembangkan jiwa, *passion* dan perilaku wirausaha (Khadijah et al. 2017), memberikan pengaruh yang *significant* terhadap ketertarikan seseorang terhadap *entrepreneurship* dan mempengaruhi motivasi seseorang (Karimi et al. 2016).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Tawhidic Paradigm* semakin baik, maka *Knowledge Acquisition Efficacy* semakin baik. Hasil tersebut

mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan perasaan yakin UKM untuk mempertajam umpan balik korektif, Keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami, keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Alquran), menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru dan keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan dibangun oleh keyakinan atas Islam sebagai *way of life* yang mempengaruhi dan mendominasi imajinasi mental, pemikiran, dan visualisasi kehidupan dengan menggunakan pengetahuan, keyakinan, cinta, ketulusan, ketaatan, dan penerimaan sebelum mengoperasionalkannya ke dalam kehidupan.

Peningkatan *Knowledge Acquisition Efficacy* akan diikuti dengan peningkatan Kualitas produk, Kuantitas produk yang dihasilkan, Efektivitas biaya, lolos kualitas kontrol dan Meningkatkan perekonomian umat. *Self-efficacy* menciptakan pengetahuan, dan niat untuk berbagi pengetahuan sangat penting untuk mengikat jejaring yang berkualitas bagi organisasi (Kim, Dar-Nimrod, and MacCann 2018). Organisasi harus memastikan SDM memiliki kapasitas daya serap yang cukup untuk menerima pengetahuan sehingga dapat meningkatkan kinerjanya dengan pengetahuan barunya tersebut (Mills and Smith 2011) Bagaimana pengetahuan dapat mempengaruhi kinerja adalah tergantung pada seberapa besar pengetahuan tersebut dapat diterima dan dipelajari (McIver, Fitzsimmons, and Lengnick-Hall 2019) sedangkan

(Masa'deh et al. 2016) menyatakan bahwa penerapan yang baik akan mampu meningkatkan kinerja.

Ilmu yang diperoleh dari hasil belajar merupakan hikmah dari Allah SWT dan akhirnya pengusaha akan siap untuk berinovasi. *Knowledge Acquisition Efficacy* diindikasikan dengan perasaan yakin untuk mempertajam umpan balik korektif, Keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami, keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Alquran), menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru dan keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan. Sedangkan *Innovative Behavior* dibangun dari indikator Menciptakan ide baru, Berbagi ide, Realisasi ide dan eksplorasi peluang.

Seorang pengusaha akan merasa yakin dalam melakukan inovasi ketika dalam dirinya tertanam keyakinan bahwa ilmu yang dimilikinya adalah ilmu yang makrifat. Ilmu yang berkualitas dan bermanfaat bagi ummat yang dihasilkan dari proses pembelajaran sehingga pengusaha akan merasa yakin untuk mengakuisisi pengetahuan yang ada dan dikembangkan dalam bentuk inovasi inovasi yang dibutuhkan dalam pengembangan produk busana muslim.

Menurut Pateli dan Lioukas (2019), inisiatif kinerja inovasi terbuka perusahaan membutuhkan pengetahuan eksternal, mengintegrasikannya dengan pengetahuan yang ada di berbagai area fungsional, dan mengubahnya menjadi berbagai hasil inovasi. Oleh karena itu, kinerja inovasi perusahaan

didasarkan pada pemanfaatan pengetahuan eksternal dan internal (McKelvie et al., 2018). Baik sumber pengetahuan eksternal maupun internal penting untuk inovasi (Rastrollo-Horrillo & Rivero Díaz, 2019).

Dengan modal usaha awal yang tidak terlalu besar namun UKM Fashion di Jawa Tengah telah mampu memasarkan produknya yang berupa busana muslim wanita, pria dan anak-anak ke Luar Provinsi dan Nasional. Hal ini membuktikan bahwa UKM di Jawa Tengah mampu mengakuisisi ilmu pengetahuan yang dimilikinya dan menerapkan ide ide baru dalam mengambil peluang usaha; mampu mencari pasar dan mengembangkan usahanya sehingga mendapatkan rata rata keuntungan yang cukup baik.

Innovative Behavior yang dibangun dari indikator Menciptakan ide baru, Berbagi ide, Realisasi ide dan eksplorasi peluang terbukti tidak mampu meningkatkan kualitas produk, Kuantitas produk yang dihasilkan, Efektivitas biaya, lolos kualitas kontrol dan Meningkatkan perekonomian umat. Hasil yang dihasilkan dari analisis dampak inovasi terhadap kinerja perusahaan dalam penelitian (Rizki et al., 2019) menyatakan bahwa perilaku inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Oleh karena itu, perusahaan yang inovatif harus mendorong karyawan untuk menjadi inovatif untuk memaksimalkan pengaruh kinerja inovatif terhadap kinerja organisasi. Studi (Olayemi et al., 2020) menetapkan bahwa perusahaan manufaktur harus melibatkan kemampuan untuk memahami ide baru untuk memanfaatkan perubahan dalam lingkungan bisnis dan mengintegrasikan inovasi ke dalam strategi perusahaan untuk meningkatkan kinerja.

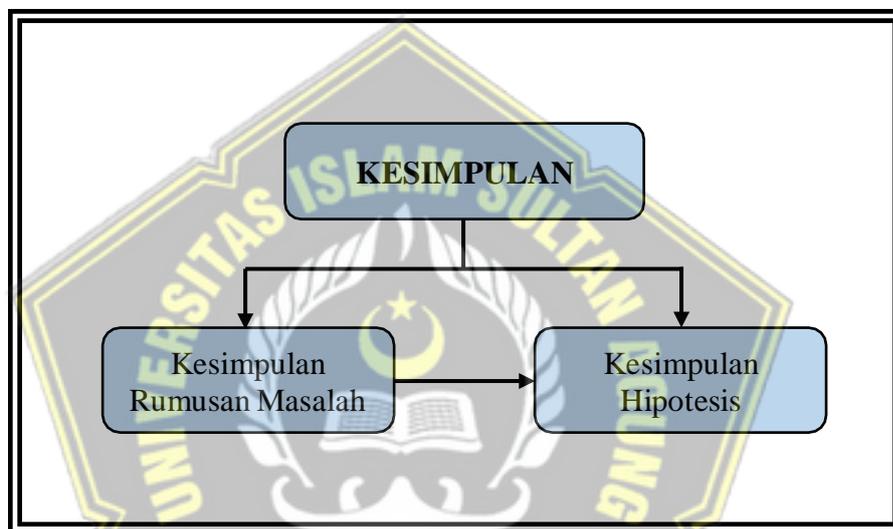
Pengusaha dihadapkan pada dua pilihan saat melaksanakan inovasi produk busana *fashion* yaitu produknya akan berhasil diterima pasar, atau akan ditolak pasar. Pengusaha juga harus memperhatikan bahwa inovasi tidak selalu sejalan dengan selera pasar, karena terdapat perbedaan pola perilaku konsumen dalam pasar global dan pasar yang ada dalam daerah. Trend yang ada di kota belum tentu akan langsung berimbas pada trend yang ada di desa. Karena pasarnya berbeda, dengan kekuatan/ daya beli yang berbeda, minat dan preferensi akan busana yang berbeda beda pula ditambah *life cycle product* yang begitu cepat pada akhirnya akan mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen.

Perilaku individu yang disengaja untuk menghasilkan dan menerapkan ide-ide baru dan berguna yang secara eksplisit untuk menguntungkan individu, kelompok atau organisasi tidak dapat meningkatkan hasil dari serangkaian proses kegiatan secara kualitas, kuantitas dengan mengefektivaskan pembiayaan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan organisasi. Dalam penelitian ini perilaku UKM berbagi pengetahuan (penciptaan ide baru) UKM belum mampu memberikan dampak meningkatkan kualitas pertumbuhan produk UKM. perilaku berbagi ide pelaku UKM belum mampu mendorong peningkatan kuantitas produk UKM yang dihasilkan, realisasi ide baru tidak menjamin produk UKM lolos proses quality control dan upaya pelaku UKM dalam mengeksplorasi peluang belum terbukti dapat meningkatkan perekonomian ummat.

BAB V

KESIMPULAN

BAB V Kesimpulan menguraikan tentang kesimpulan masalah menjawab tentang rumusan masalah dan kesimpulan hipotesis yang menjawab hipotesis yang diajukan. Secara piktografis rangkaian bab penutup ini tersaji Gambar 5.1.



Gambar 5.1 Sistematika Kesimpulan

Kesimpulan Rumusan Masalah

Studi ini dimaksudkan untuk mengeksplorasi sebuah model konseptual baru yang mengisi saran penelitian lanjutan dan keterbatasan study terdahulu antara peran *Entrepreneur Learning* dengan Kinerja UKM yang berpusat pada konsep *Knowledge Acquisition Efficacy*. Pada bab pendahuluan diuraikan tentang *research gap* dan fenomena bisnis yang mendasari penelitian ini telah dikembangkan sebagai masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana model pengembangan *Knowledge Acquisition Efficacy* berbasis pembelajaran kewirausahaan dan paradigma tauhid menuju kinerja UKM di Provinsi Jawa Tengah”

Dukungan hipotesis 1, 2 dan 3 memperkuat variabel *Knowledge Acquisition Efficacy*, meningkatnya *Knowledge Acquisition Efficacy* dipicu oleh *entrepreneur learning* dan *tawhidic Paradigm*. Pembelajaran eksplorasi dan pembelajaran eksploitasi adalah dua jenis pembelajaran kewirausahaan yang masih merupakan tantangan tersendiri karena pembelajaran ini menantang pelaku wirausaha untuk mengembangkan *skill* dan sumberdaya yang dibutuhkan untuk mengeksplorasi dan mengeksploitasi kesempatan sebagai dua proses yang berbeda dalam *entrepreneurship* (Scott and Venkataraman 2006). Namun, dua jenis pembelajaran tersebut tidak mampu berdiri sendiri untuk mendorong keyakinan pengusaha untuk mengakuisisi pengetahuan yang dimilikinya.

Penelitian ini membuktikan bahwa *explorative learning*, *exploitative learning* dan *tawhidic Paradigm* mendorong perasaan yakin seorang

pengusaha untuk selalu menjadikan umpan balik dari pihak manapun sebagai upaya untuk memperbaiki diri (korektif), memiliki keyakinan diri untuk memperdalam ketrampilan belajar, semakin berani dan yakin untuk mengintensifkan berbagai macam cara pembelajaran menantang diri untuk memperluas pemaparan pengetahuan baru dan keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan. Hal ini dikarenakan dengan paradigma Tauhid yang dimiliki, maka mereka memiliki keyakinan bahwa pengetahuan merupakan bagian dari hikmah Allah pada manusia yang mendorong kemampuan diri yang dapat diandalkan, optimis dalam menghadapi tantangan dan rasa ingin tahu yang tinggi sejauh menggunakan kualitas pengetahuan dalam proses berpikir dan berperilaku yang kemudian akan meningkatkan *Innovative Behaviour*.

Dukungan hipotesis 4 memperkuat argument bahwa, meningkatnya *Knowledge Acquisition Efficacy* akan mendorong peningkatan *Innovative Behaviour*. Penelitian ini membuktikan bahwa kemampuan diri yang dapat diandalkan, optimis dalam menghadapi tantangan dan rasa ingin tahu yang tinggi sejauh menggunakan kualitas pengetahuan dalam proses berpikir dan berperilaku akan meningkatkan *Innovative Behaviour*.

Dukungan hipotesis 5 menunjukkan bahwa. meningkatnya *Knowledge Acquisition Efficacy* akan mendorong peningkatan Kinerja UKM. Penelitian ini membuktikan bahwa kemampuan diri yang dapat diandalkan, optimis dalam menghadapi tantangan dan rasa ingin tahu yang tinggi sejauh

menggunakan kualitas pengetahuan dalam proses berpikir dan berperilaku akan meningkatkan Kinerja UKM.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa untuk mewujudkan Kinerja UKM dibangun oleh perasaan yakin seorang pengusaha untuk selalu menjadikan umpan balik dari pihak manapun sebagai upaya untuk memperbaiki diri (korektif), memiliki keyakinan diri untuk memperdalam ketrampilan belajar, semakin berani dan yakin untuk mengintensifkan berbagai macam cara pembelajaran. Keyakinan pengusaha untuk mengakuisisi pengetahuan yang dimilikinya dipicu oleh proses pembelajaran eksplorasi dan eksploitasi yang diwarnai dengan paradigma tauhid. Islam menyampaikan pesan kepada umat manusia untuk menciptakan masyarakat kemanusiaan di mana ada kasih sayang yang besar kepada orang miskin, orang kuat membantu yang lemah, orang berilmu berbagi pengetahuan dengan orang lain, dan orang-orang mendorong satu sama lain untuk tetap di jalan yang lurus. Sifat-sifat tersebut merupakan nilai-nilai inti yang telah diberikan Allah kepada manusia melalui Al-Qur'an. Dengan kata lain, Islam adalah agama yang menjunjung tinggi harkat dan martabat peradaban dan kemanusiaan dengan memadukan aspek material dan spiritual, dan harus diimplementasikan dalam kehidupan masyarakat sebagaimana tertuang dalam Al-Qur'an Al-Anbya ayat 107..

Kemudian, Keyakinan diri dalam memperdalam keterampilan belajar dengan cara mengulang ulang pembelajaran hingga menjadi lebih memahami, keberanian diri untuk mengintensifkan dan meneguhkan diri mempelajari ilmu langsung dari sumber segala ilmu (Alquran), menantang diri untuk memperluas

pemaparan pengetahuan baru dan keteguhan diri untuk mempercepat proses pertukaran pengetahuan terbukti dapat mendorong pengusaha untuk merasa yakin dalam menciptakan ide baru, Berbagi ide, merealisasikan ide dan mengeksplorasi peluang. Pada akhirnya, keyakinan pengusaha untuk mengakuisisi pengetahuan akan secara efektif mampu meningkatkan kinerja UKM yang dimilikinya dengan memiliki perilaku inovasi yang tinggi.

Hasil menunjukkan bahwa proses *explorative* dan *exploitative learning* serta *tawhidic paradigm* terbukti mampu meningkatkan *Knowledge Acquisition Efficacy* yang pada akhirnya akan mendorong terciptanya perilaku inovatif dan peningkatan kinerja UKM.

Kesimpulan Hipotesis

Berdasarkan pembahasan dan analisis data dapat disimpulkan hasil penelitian sebagaimana berikut :

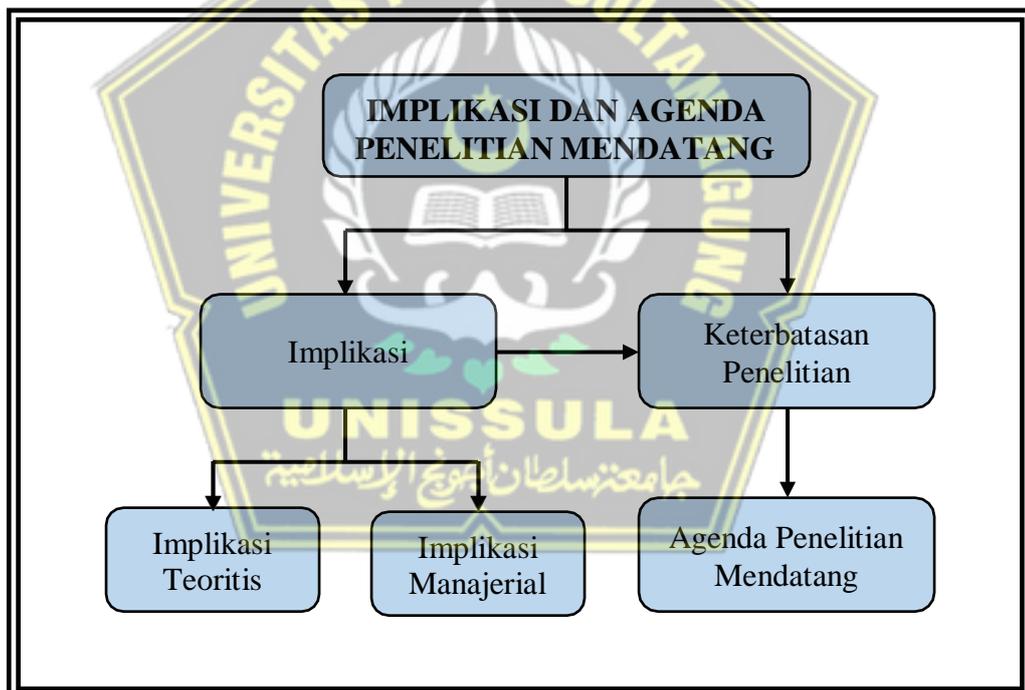
1. *Entrepreneur Learning (Exploitation Learning dan Exploration Learning)* dan *Tawhidic Paradigm* mampu mendorong *Knowledge Acquisition Efficacy* sehingga dapat meningkatkan kinerja UKM *fashion busana muslim* di Provinsi Jawa Tengah.
2. *Entrepreneur Learning (Exploitation Learning dan Exploration Learning)*, *Tawhidic Paradigm* dan *Knowledge Acquisition Efficacy* mampu mendorong *Innovative Behaviour* UKM *fashion busana muslim* di Provinsi Jawa Tengah.

BAB VI

IMPLIKASI DAN AGENDA PENELITIAN MENDATANG

BAB VI Implikasi dan agenda penelitian mendatang menguraikan tentang konsekuensi teori dan empiris. Implikasi menguraikan implikasi teori yang menjawab konsekuensi kontribusi teori yang dibangun dan implikasi manajerial merupakan konsekuensi praktis dari hasil studi. Mengenali studi ini nampak di keterbatasan, berdasarkan keterbatasan muncul agenda penelitian mendatang.

Secara piktografis rangkaian bab penutup ini tersaji Gambar 6.1.



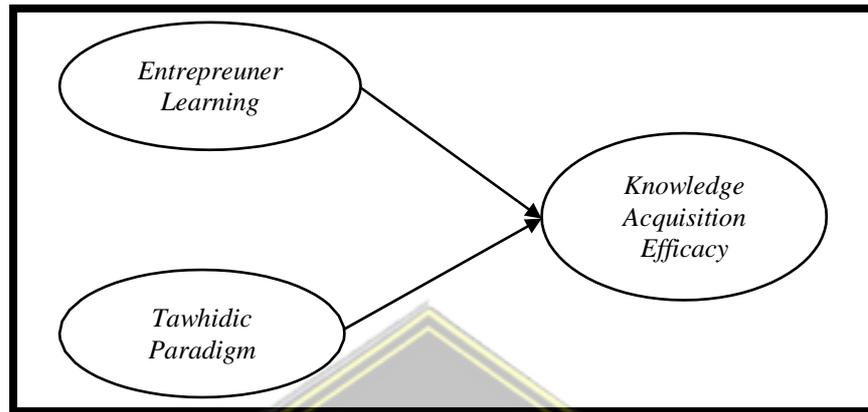
Gambar 6. 1 Piktografis Bab Implikasi dan Agenda Penelitian Mendatang

Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis model pengembangan *Knowledge Acquisition Efficacy* berbasis *explorative learning*, *exploitativive learning* dan *tawhidic paradigm* menuju *innovative behaviour* dan kinerja UKM di Provinsi Jawa Tengah tercermin pada beberapa temuan-temuan penelitian sebagai berikut:

Entrepreuner Learning dengan dimensi *exploration learning* dan *exploitation learning* yang di warnai dengan *tawhidic paradigm* terbukti mampu meningkatkan keyakinan atas kemampuan diri yang dapat diandalkan, optimis dalam menghadapi tantangan dan rasa ingin tahu yang tinggi sejauh menggunakan kualitas pengetahuan dalam proses berpikir dan berperilaku. Hal tersebut menjelaskan bahwa keyakinan diri individu sebagai hamba Allah dalam melakukan akuisisi pengetahuan pada proses *exploration learning* dan *exploitation learning* merupakan salah satu bentuk ikhtiar manusia dalam memperoleh ilmu pengetahuan di dunia, sebagai hamba Allah yang memiliki nilai paradigme tauhid akan selalu taat menjalankan perintahNya dan menjauhi laranganNya meyakini bahwa kualitas ilmu pengetahuan yang dimilikinya berasal dari Allah SWT adalah merupakan hikmah dan rezeki bagi ummatNya. Sehingga tidak ada pengetahuan yang buruk dan begitu pula tidak ada yang pengetahuan yang tidak bermanfaat, akan tetapi perlu adanya penyesuaian dalam penggunaan pengetahuan tersebut agar dapat diimplementasikan di bidang kerja yang sesuai. Sehingga kontribusi utama dalam penelitian ini pada *Knowledge Management* dengan pendekatan *Knowledge Acquisition* yang

perlu di perkuat dengan *self efficacy* dari *intelligence theory* dengan diwarnai *tawhidic paradigm*.



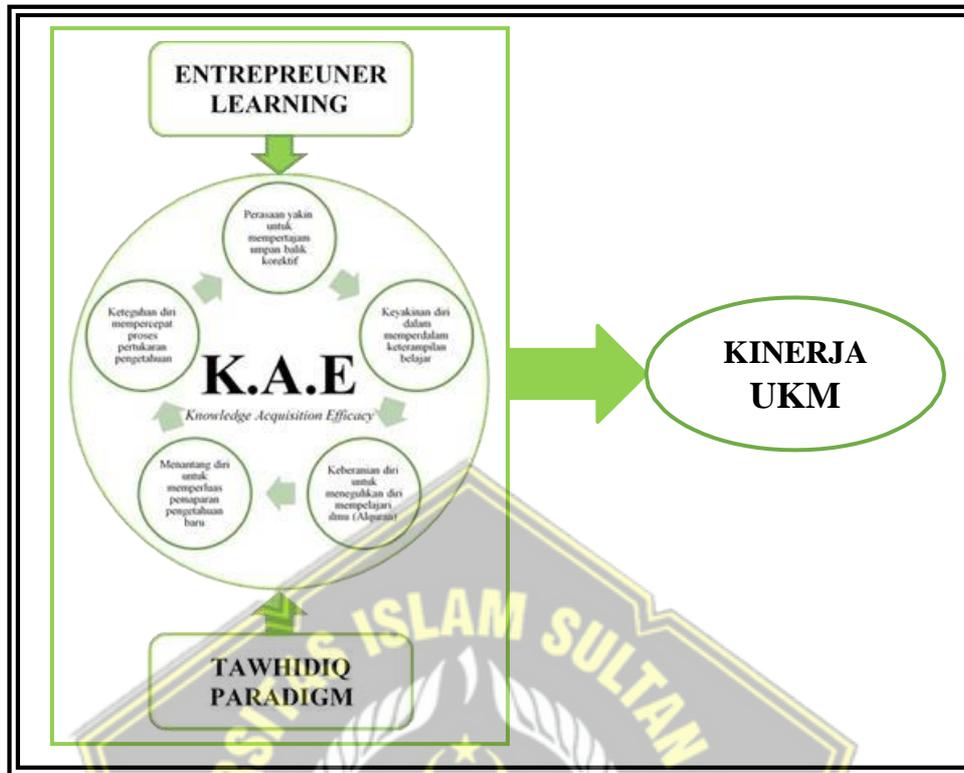
Gambar 6. 2 Peran *Entrepreneur Learning* dan *Tawhidic Paradigm* Terhadap *Knowledge Acquisition Efficacy*

Selanjutnya, kontribusi penelitian pada *Intelligence theory* dengan pendekatan *self-efficacy*, *self efficacy* adalah kepercayaan atas kemampuan diri untuk menjalankan suatu tindakan yang tepat. Seseorang dengan *self efficacy* yang tinggi cenderung menganggap dirinya memiliki kemampuan lebih sehingga merasa pengetahuan yang dimilikinya saat ini cukup yang memungkinkan seseorang berbuat sesuatu dengan cara tertentu tanpa belajar. Kontribusi penelitian ini adalah pemahaman bahwa ilmu yang diperoleh dari hasil pembelajaran yang sistemik, berlangsung secara berkelanjutan dan selama tidak melanggar ketentuan syariah maka merupakan hikmah dan rejeki yang dikaruniakan kepada manusia dari Allah SWT untuk dimanfaatkan dengan sebaik baik manfaat. Penekanan *Knowledge Acquisition Efficacy* (KAE) adalah pada keyakinan akan kemampuan diri sendiri untuk mengakuisisi ilmu yang dihasilkan dari proses belajar adalah merupakan

hikmah dari Allah SWT yang akan memicu keberanian diri pengusaha dalam meningkatkan inovasi dan berdampak pada kinerja UKM.

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa *Knowledge Acquisition Efficacy* (KAE) akan memberikan manfaat jika dipicu oleh pembelajaran eksploratif dan pembelajaran eksploitatif namun, tidak cukup hanya dengan dua unsur tersebut saja melainkan harus diimbangi dengan nilai tauhid. Bahwa dibutuhkan pemahaman jika pengetahuan adalah asset yang dititipkan Allah untuk diambil manfaatnya untuk kemudian diimplikasikan agar kebermanfaatannya dapat lebih terwujud, dan mensyukuri bahwa ilmu yang bermanfaat adalah rejeki dari Allah SWT. Dengan demikian, pengetahuan yang diperoleh dari hasil eksplorasi dan eksploitasi pengetahuan dari Allah SWT inilah akan mewujudkan *Knowledge Acquisition Efficacy* (KAE) yang kemudian memunculkan rasa percaya diri pada kemampuan dirinya untuk berinovasi dan bekerja dengan sebaik mungkin agar tujuan UKM terpenuhi.

Sehingga urgensi penelitian ini tidak hanya pada *Knowledge Acquisition Efficacy* saja namun juga pada kebaruan model dalam penelitian ini terkait dengan peran *Entrepreneur Learning* yang diwarnai dengan *Tawhidiq Paradigm* dalam mendorong *Knowledge Acquisition Efficacy*. Dapat dilihat dalam gambar 6.2 berikut ini :



Gambar 6. 3 Peran *Knowledge Acquisition Efficacy* berbasis *Entrepreneur Learning* dan *Tawhidic Paradigm* terhadap Kinerja UKM

Implikasi Manajerial

Dalam meningkatkan efektivitas pembelajaran kewirausahaan, bahwa untuk memunculkan rasa percaya diri pada kemampuan dirinya pelaku UKM harus memiliki cara pandang yang didasarkan pada nilai nilai ketauhidan dalam melakukan proses pembelajaran eksploratif dan pembelajaran eksploitatif. Pembelajaran yang dilakukan yang merupakan perwujudan kepatuhan dalam melaksanakan perintah Allah SWT, bukan hanya untuk mendapatkan harta, kekuasaan, kenikmatan ataupun kebahagiaan hidup di dunia semata namun juga untuk mencari ilmu dan memanfaatkan ilmu demi kemaslahatan ummat. Proses pembelajaran dalam Islam berperan penting dalam upaya mewujudkan

manusia sebagai khalifah dan Abdi Allah untuk menegakkan iman dan Islam di dunia.

Peran *Knowledge Acquisition Efficacy* (KAE) dalam hal, Perasaan yakin pelaku UKM dalam mengakuisisi ilmu pengetahuan akan terwujud jika memiliki kemampuan untuk mempertajam umpan balik korektif akan pengetahuan yang diperoleh dari hasil pembelajaran eksplorasi dan eksploitasi; meyakinkan diri untuk memperdalam keterampilan belajar sebagai bentuk dari ibadah; memberanikan diri untuk mengintensifkan bermacam pembelajaran sebagai wujud rasa syukur akan rejeki berupa ilmu yang bermanfaat dan memberanikan diri untuk memperluas wawasan / pengetahuan baru terkait bisnisnya. Dalam perannya meningkatkan perilaku inovatif, perasaan yakin akan kemampuan diri sendiri dan memahami bahwa ilmu yang diperoleh dari hasil pembelajaran merupakan titipan dari Allah yang harus dimanfaatkan dan dipertanggungjawabkan penggunaannya demi kebaikan dan kemaslahatan ummat akan mendorong kemampuan berinovasi pelaku UKM.

Sehingga dengan demikian, pelaku UKM yang berbisnis dengan asset Allah tidak hanya mengandalkan pola manajerial seperti 6M *Man* (manusia), *Money* (uang), *Material* (bahan), *Machine* (mesin), *Method* (cara kerja), dan *Market* (pasar), akan tetapi dapat meningkatkan kinerja dengan kepemilikan ilmu yang bermanfaat.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini, seperti banyak penelitian lain, menghadapi beberapa keterbatasan yang menunjukkan arah penelitian di masa mendatang.

1. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan diantaranya adalah hasil perhitungan dengan *software* AMOS yang menunjukkan bahwa parameter estimasi antara *Innovative Behaviour* tidak mampu menjelaskan variabel Kinerja UKM.
2. Penelitian ini hanya pada sampel UKM *fashion* Muslim di Jawa Tengah. Perusahaan besar baik UKM *fashion* Muslim dan Industri yang berbeda di berbagai provinsi belum disertakan sebagai sampel dalam penelitian ini, sehingga hasil penelitian ini hanya bisa digeneralisasi untuk UKM *fashion* Muslim di Jawa Tengah saja. Oleh karena itu, masih perlu dilakukan kajian mendalam pada industri yang berbeda dengan klasifikasi dan kriteria usaha yang lebih besar guna mendapatkan hasil generalisasi yang lebih luas.
3. Hasil perhitungan dengan *software* AMOS menunjukkan bahwa pengaruh *Exploitative Learning*, *Explorative Learning* dan *Tawhidic Paradigm* terhadap *Knowledge Acquisition Efficacy* memiliki *Squared Multiple Correlations* sebesar 0,401 atau 40,1% ($100 - 40,1\% = 59,9\%$) sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. nilai *square multiple correlation* memiliki kualifikasi rendah (Mc Clane, 2002).
4. Penelitian ini belum menguji pada pengaruh langsung peran pembelajaran eksploitasi, eksplorasi yang di warnai nilai-nilai ketauhidan terhadap perilaku inovasi dan kinerja UKM.

Agenda Penelitian Mendatang

1. *Innovative Behaviour* tidak mampu menjelaskan variabel Kinerja UKM. Sehingga penelitian mendatang dapat menganalisis variable yang mampu menjelaskan *Knowledge Acquisition Efficacy* sebagai variable pemicu yang berpotensi meningkatnya kinerja seperti *creativity*
2. Perlu dilakukan kajian mendalam pada industri yang berbeda dengan klasifikasi dan kriteria usaha yang lebih besar guna mendapatkan hasil generalisasi yang lebih luas.
3. UKM merupakan organisasi yang memiliki struktur organisasi yang sederhana, sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat meneliti kembali peran dari *Knowledge Acquisition Efficacy* (KAE) sehingga mampu memunculkan pengukuran baru dari setiap dimensi yang dimiliki oleh *Knowledge Acquisition Efficacy* (KAE) agar dapat lebih berkontribusi pada peningkatan Kinerja UKM.
4. Penelitian ini menguji peran pembelajaran eksploitasi dan eksplorasi dengan berdasar pada nilai nilai tauhid akan tetapi penelitian ini belum memberikan hasil atau bukti peran langsung ketiga faktor tersebut terhadap inovasi dan Kinerja UKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Abebe, Michael A., and Arifin Angriawan. 2014. "Organizational and Competitive Influences of Exploration and Exploitation Activities in Small Firms." *Journal of Business Research* 67(3):339–45.
- Aboytes, J. G. R., & Barth, M. (2020). Learning processes in the early development of sustainable niches: The case of sustainable fashion entrepreneurs in Mexico. *Sustainability* (Switzerland), 12(20), 1–26. <https://doi.org/10.3390/su12208434>
- Al-Faruqi, I. R. 1992. *Al Tawhid: Its Implications on Thought and Life*. (Vol. 4).
- Al-Ibrahimi, S. M. N. (2010). Pengantar Pemahaman Ilmu Mantiq (H-13). Al-Miftah.
- Alavi, M., and D. E. Leidner. 2001. "Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and an Agenda for Research." *MIS Quarterly* 25(1):107–36.
- Al-Maududi, The Process of Islamic Revolution, Lahore, 1967.
- Anand, A., Muskat, B., Creed, A., Zutshi, A., & Csepregi, A. (2021). Knowledge sharing, knowledge transfer and SMEs: evolution, antecedents, outcomes and directions. Personnel review.
- Anor Salim, Farah Akmar, Ainul Jaria Maidin, Suhaimi Mhd Sarif, and Dolhadi Zainudin. 2019. "Developing Entrepreneurship Training Curriculum Based on Tawhidic Paradigm and Legal Principles: A Case Study of Malaysia." *Economics, Management and Sustainability* 4(2):30–39.
- A.Qadri Azizy, Pengembangan Ilmu-Ilmu Keislaman, (Jakarta: Direktorat Perguruan Tinggi Agama Islam Departemen Agama RI, 2003)
- Arshad, M. Z., Meirun, T., Javaid, M., Ali, M., Arshad, M. H., & Maneerat, C. (2020). The Importance of Learning Orientation and Entrepreneurial Orientation on SMEs Performance. *International Journal of Disaster Recovery and Business Continuity*, 11(1), 1220–1228.
- Audretsch, David B., and Max Keilbach. 2007. "The Theory of Knowledge Spillover Entrepreneurship." *Journal of Management Studies* 44(7):1242–54.
- Azan, Zaliza, Suhaimi Mhd Sarif, and Yusof Ismail. 2019. "Factors Sustaining Social Enterprises From the Tawhidic." 4(2):51–60.
- Bahari, Norzalizah, Ahmad Rozelan Yunus, Sitinor Wardatulaina Mohd Yusof, Juhaini Abdul Jabar, and Sitinor Wardatulaina Mohd Yusof. 2018. "Entrepreneur Characteristics and Firm Performance: A Study on Malaysian Food Manufacturing Industry SME's Exploring the Cultural Determinants of Entrepreneurial Success: The Case of Malaysia View Project Entrepreneur Characteristics and Firm Performance: ." *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)* 23(2):92.
- Bandura, Albert, Ann O'Leary, C. Barr Taylor, Janel Gauthier, and Denis Gossard. 1987. "Perceived Self-Efficacy and Pain Control: Opioid and Nonopioid Mechanisms." *Journal of Personality and Social Psychology* 53(3):563–71.

- Bandura, A. (1989). Regulation of cognitive processes through perceived self-efficacy. *Developmental Psychology*, 25(5), 729–735. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.25.5.729>
- Bandura, A. (1990). Perceived self-efficacy in the exercise of personal agency. *Journal of Applied Sport Psychology*, 2(2), 128–163. <https://doi.org/10.1080/10413209008406426>
- Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. *Asian Journal of Social Psychology*, 2(1), 1–26. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=aph&%2338;AN=4369846&%2338;site=ehost-live>
- Bandura, Albert. 2012. “On the Functional Properties of Perceived Self-Efficacy Revisited.” *Journal of Management* 38(1):9–44.
- Barney, Jay B. 1991. “Firm Resources and Sustained Competitive Advantage.” *Journal of Management* 17(1):99–120.
- Bednall, T. C., E. Rafferty, A., Shipton, H., Sanders, K., & J. Jackson, C. (2018). Innovative Behaviour: How Much Transformational Leadership Do You Need? *British Journal of Management*, 29(4), 796–816. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12275>
- Ben Toscher. 2019. “Entrepreneurial Learning In Arts Entrepreneurship Education: A Conceptual Framework Ben.” *A Journal of Entrepreneur in the Arts* 8(1):3–22.
- Bernardin, H.J. & Russel, J.E.A (1993). *Human Resource Management an experiential approach*. Singapore: Mc Graw-Hill, Inc.
- Brouwer, Susanne, and Anne R. Bradlow. 2015. “Entrepreneurs’ Exploratory Perseverance In Learning Settings Katrin.” 3–6.
- Cangialosi, N., Odoardi, C., & Battistelli, A. (2020). Learning Climate and Innovative Work Behavior, the Mediating Role of the Learning Potential of the Workplace. *Vocations and Learning*, 13(2), 263–280. <https://doi.org/10.1007/s12186-019-09235-y>
- Carlos Leiva, J., Alegre, J., & Monge, R. (2014). The influence of entrepreneurial learning in new firms’ performance: a study in costa rica. In *Innovar* (Vol. 24, pp. 129–140). <https://doi.org/10.15446/innovar.v24n1spe.47563>
- Carmeli, Abraham, and Asher Tishler. 2004. “Resources, Capabilities, and the Performance of Industrial Firms: A Multivariate Analysis.” *Managerial and Decision Economics* 25(6–7):299–315.
- Carswell, Peter, and Deborah Rolland. 2007. “Religion and Entrepreneurship in New Zealand.” *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy* 1(2):162–74.
- Casmini. 2007. *Emotional Parenting*. Pilar Medika. Chakraborty,.
- Cegarra-navarro, Juan Gabriel. 2007. “Linking Exploration with Exploitation through Relationship Memory.” *Journal of Small Business Management* 45(3):333–53.
- Cegarra-Sánchez, Jorge, Juan-Gabriel Cegarra-Navarro, Anitha K. Chinnaswamy, and Anthony Wensley. 2020. “Exploitation and Exploration of Knowledge: An Ambidextrous Context for the Successful Adoption of Telemedicine Technologies.” *Technological Forecasting and Social Change*

- 157(April):120089.
- Cegarra–navarro, J. G. 2005. “An Empirical Investigation of Organizational Learning through Strategic Alliances between Smes.” *Journal of Strategic Marketing* 13(1):3–16.
- Centobelli, P., R. Cerchione, and E. Esposito. 2019. “Exploration and Exploitation in the Development of More Entrepreneurial Universities: A Twisting Learning Path Model of Ambidexterity.” *Technological Forecasting and Social Change* 141, 172–1.
- Chairunisa Muchtar, Y., Fadli, and I. Qamariah. 2018. “Entrepreneurial Intentions in University Students: Based on the Analysis of Entrepreneurship Education, Adversity Quotient, Emotional Intelligence and Family Factor.” *KnE Social Sciences* 3(10):168–76.
- Charlotta A. Sirén, * Marko Kohtamäki, Andreas, And Kuckertz. 2011. “Exploration And Exploitation Strategies, Profit Performance, And The Mediating Role Of Strategic Learning: Escaping The Exploitation Trap.” *Strategic Entrepreneurship Journal* 306:285–306.
- Chegini, M. G. 2018. “The Impact of Entrepreneurial Management on the Participation of Small and Medium Enterprises in the International Market.” Pp. 404–16 in *Innovation Management, Entrepreneurship and Sustainability*.
- Chen, Mu Yen, and An Pin Chen. 2006. “Knowledge Management Performance Evaluation: A Decade Review from 1995 to 2004.” *Journal of Information Science* 32(1):17–38.
- Cismas, Suzana Carmen. 2017. “Entrepreneurship and Innovation.” in *In 12th International SEA Conference*. Vol. 5. Entrepreneurship And International Business Review.
- Clinton, E., McAdam, M., Gamble, J. R., & Brophy, M. (2021). Entrepreneurial learning: the transmitting and embedding of entrepreneurial behaviours within the transgenerational entrepreneurial family. *Entrepreneurship and Regional Development*, 33(5–6), 383–404. <https://doi.org/10.1080/08985626.2020.1727088>
- Cope, Jason. 2003. “Entrepreneurial Learning and Critical Reflection Discontinuous Events as Triggers for ‘Higher-Level’ Learning Abstract.” *Management Learning* 34(4):429–50.
- Côté, Stéphane, and Christopher T. H. Miners. 2006. “Emotional Intelligence, Cognitive Intelligence, and Job Performance.” *Administrative Science Quarterly* 51(1):1–28.
- Dana, Léo Paul. 2011. “Religion as an Explanatory Variable for Entrepreneurship.” *World Encyclopedia of Entrepreneurship* (May 2009):359–76.
- Darwis, Mohammad. 2017. “Mohammad Darwis.” 6(1):190–221.
- Dastmalchian, A. L. I., Canada Va, Nicola Mcneil, Claudia Steinke, and Paul Blyton. 2018. “10.5465/Ambpp.2018.161.”
- Davenport, Thomas H., and Lawrence Prusak. 2000. “Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know.” *ACM: Ubiquity* 1–15.
- Davenport, Thomas, David De Long, and Michael Beers. 1998. “Successful Knowledge Management Projects.” *Sloan Management Review* 39(2):43–57.

- De Jong, J. P. J., & Den Hartog, D. N. (2007). How leaders influence employees' innovative behaviour. *European Journal of Innovation Management*, 10(1), 41–64. <https://doi.org/10.1108/14601060710720546>.
- De Jong, J., & Den Hartog, D. (2010). Measuring innovative work behaviour. *Creativity and Innovation Management*, 19(1), 23–36. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2010.00547.x>
- Deng, Shan Liu Zhaohua. 2006. “Understanding Knowledge Management Capability in Business Process Outsourcing: A Cluster Analysis.” *Management Decision* 53(1).
- Dickel, Deise Grazielle, and Gilnei Luiz de Moura. 2016. “Organizational Performance Evaluation in Intangible Criteria: A Model Based on Knowledge Management and Innovation Management.” *RAI Revista de Administração e Inovação* 13(3):211–20.
- Djamarah, Syaiful Bahri. 2012. Psikologi Belajar. Jakarta : Rineka Cipta
- Dou, Junsheng, Emma Su, Shengxiao Li, and Daniel T. Holt. 2020. “Transgenerational Entrepreneurship in Entrepreneurial Families: What Is Explicitly Learned and What Is Successfully Transferred?” *Entrepreneurship and Regional Development* 00(00):1–15.
- Dunn, Alan M., Owen S. Hofmann, Brent Waters, and Emmett Witchel. 2011. “Cloaking Malware with the Trusted Platform Module.” *Proceedings of the 20th USENIX Security Symposium* 395–410.
- Erdiaw-Kwasie, Michael O., Khorshed Alam, and Md Shahiduzzaman. 2017. “Towards Understanding Stakeholder Salience Transition and Relational Approach to ‘Better’ Corporate Social Responsibility: A Case for a Proposed Model in Practice.” *Journal of Business Ethics* 144(1):85–101.
- Ernest, Kissi, Somiah K. Matthew, and Ansah K. Samuel. 2015. “Towards Entrepreneurial Learning Competencies: The Perspective of Built Environment Students.” *Higher Education Studies* 5(1):20–30.
- Fayolle, A., B. Gailly, and N. Lassas-Clerc. 2006. “Effect and Counter-Effect of Entrepreneurship Education and Social Context on Student’s Intentions.” *Estudios de Economía Aplicada* 24(2):509–24.
- Fernández-Mesa, Anabel, and Joaquín Alegre. 2015. “Entrepreneurial Orientation and Export Intensity: Examining the Interplay of Organizational Learning and Innovation.” *International Business Review* 24(1):148–56.
- Fitriansyah, Nuzul, and Rachma Vina Tsurayya. 2020. “Tauhidic Paradigm Sebagai Basis Dalam Mewujudkan Umat Beragama Yang Toleran Dan Moderat.” *Jurnal Agama, Sosial Dan Budaya* 3(1):50–63.
- Fong, Patrick S. W., and Sonia K. Y. Choi. 2009. “The Processes of Knowledge Management in Professional Services Firms in the Construction Industry: A Critical Assessment of Both Theory and Practice.” *Journal of Knowledge Management* 13(2):110–26.
- Forsman, H. 2015. “Small Firms as Innovators: From Innovation to Sustainable Growth.” *World Scientific*. 25.
- Frank, H., Kessler, A., Mitterer, G., & Weismeier-Sammer, D. (2012). Learning orientation of SMEs and its impact on firm performance. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 6(3), 29-41.

- García-Holgado, Alicia, Francisco José García-Peñalvo, Ángel Hernández-García, and Faraón Llorens-Largo. 2015. "Analysis and Improvement of Knowledge Management Processes in Organizations Using the Business Process Model Notation." *New Information and Communication Technologies for Knowledge Management in Organizations: 5th Global Innovation and Knowledge Academy Conference, GIKA 2015* 9.
- Gardner, Howard, and Thomas Hatch. 1989. "Educational Implications of the Theory of Multiple Intelligences." *Educational Researcher* 18(8):4–10.
- Gede Riana, I., Gede Suparna, I. Gusti Made, Sebastian Kot, and Ismi Rajiani. 2020. "Human Resource Management in Promoting Innovation and Organizational Performance." *Problems and Perspectives in Management* 18(1):107–18.
- Gemmell, Robert M. 2017. "Learning Styles of Entrepreneurs in Knowledge-Intensive Industries." *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 23(3):446–64.
- Gharakhani, Davood, and Morteza Mousakhani. 2012. "Knowledge Management Capabilities and SMEs' Organizational Performance." *Journal of Chinese Entrepreneurship* 4(1):35–49.
- Gobet, Fernand, Guillermo Campitelli, and Andrew J. Waters. 2002. "Rise of Human Intelligence. Comments on Howard (1999)." *Intelligence* 30(4):303–11.
- Goel, Sanjay, and Raymond J. Jones. 2016. "Entrepreneurial Exploration and Exploitation in Family Business: A Systematic Review and Future Directions." *Family Business Review* 29(1):94–120.
- Goleman, Daniel. 1990. "Emotional Intelligence: Issues in Paradigm Building." Pp. 1–13 in *The Emotionally Intelligent Workplace*.
- Goleman, D. (1995). *Emotional intelligence*. New York: Bantam
- David, Goleman. (1996). *Inteligencia emocional*.
- Grant, R. M. (1991). Porter's 'competitive advantage of nations': an assessment. *Strategic management journal*, 12(7), 535-548.
- Ha, Shiaw-Tong, May-Chiun Lo, and Yin-Chai Wang. 2016. "Relationship between Knowledge Management and Organizational Performance: A Test on SMEs in Malaysia." *Procedia - Social and Behaviour Sciences* 224(August 2015):184–89.
- Hair, Jr. F. Joseph, R. E. Anderson, R.L. Tatham & W.C. Black. (1995). *Multivariate Data Analysis with Readings*, Macmillan.
- Haneberg, D., & Aaboen, L. (2021). Entrepreneurial learning behaviour of community insiders. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/IJEER-04-2020-0255>
- Harisa, Arizka. 2019. "The Influence of Counseling Guidance and Spiritual Intelligence in Developing Students' Islamic Personality." *Jurnal Pendidikan Islam* 5(1):75–86.
- He, Viviana Fang, Charlotta Sirén, Sheetal Singh, George Solomon, and Georg von Krogh. 2018. "Keep Calm and Carry on: Emotion Regulation in Entrepreneurs' Learning from Failure." *Entrepreneurship: Theory and Practice* 42(4):605–30.

- Hedlund, Gunnar. 2010. "A Model of Knowledge Management and the N-Form Corporation on JSTOR." *Strategic Management Journal*, Vol. 15, 73-90 15:90.
- Hislop, Donald. 2013. *Knowledge Management in Organisation, a Critical Introduction*. 2nd ed. Hampshire, Great Britain: oxford University press.
- Hitka, M., Kucharčíková, A., Štarchoň, P., Balážová, Ž., Lukáč, M., & Stacho, Z. (2019). Knowledge and human capital as sustainable competitive advantage in human resource management. *Sustainability*, 11(18), 4985.
- Holsapple, C. W., and K. D. Joshi. 1998. *In Search of a Descriptive Framework for Knowledge Management: Preliminary Dephi Results*.
- Huang, K. 2015. "From Temporary Competitive Advantage to Sustainable Competitive Advantage." (January):1-47.
- Hughes, M., Rigtering, J. P. C., Covin, J. G., Bouncken, R. B., & Kraus, S. (2018). Innovative Behaviour, Trust and Perceived Workplace Performance. *British Journal of Management*, 29(4), 750-768. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12305>
- Hunter, Lise, and Jonathan Lean. 2018. "Entrepreneurial Learning – a Social Context Perspective: Evidence from Kenya and Tanzania." *Journal of Small Business and Enterprise Development* 25(4):609-27.
- Irawanto, D. W., & Novianti, K. R. (2021). Entrepreneurship Education in Higher Education: Optimizing Innovative Behaviour of Z Generation. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 7(1), 11-17. <https://doi.org/10.17358/ijbe.7.1.11>
- Isa, N. M., N. A. Zulkifli, and S. Man. 2020. "Islamic Perspectives on CRISPR/Cas9-Mediated Human Germline Gene Editing: A Preliminary." *Islamic Perspectives on CRISPR/Cas9-Mediated Human Germline Gene Editing: A Preliminary.*
- Isaacs, Eslyn, Kobus Visser, Christian Friedrich, and Pradeep Brijlal. 2007. "Entrepreneurship Education and Training at the Further Education and Training (FET) Level in South Africa." *South African Journal of Education* 27(4):613-29.
- Ismail, Yusof, and Suhaimi Mhd Sarif. 2011. "The Role of Tawhidic Paradigm in the Transformation of Management System." 127-47.
- Janssen, O. (2003). Innovative behaviour and job involvement at the price of conflict and less satisfactory relations with co-workers. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 76(3), 347-364. <https://doi.org/10.1348/096317903769647210>
- Janssen, O. (2005). The joint impact of perceived influence and supervisor supportiveness on employee innovative behaviour. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78(4), 573-579. <https://doi.org/10.1348/096317905X25823>
- Joseph, Dana L., Jing Jin, Daniel A. Newman, and Ernest H. O'Boyle. 2015. "Why Does Self-Reported Emotional Intelligence Predict Job Performance? A Meta-Analytic Investigation of Mixed EI." *Journal of Applied Psychology* 100(2):298-342.

- Jong, J. P. J. D., & Hartog, D. N. Den. (2008). Innovative Work Behavior: Measurement and Validation. *Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs*, November, 1–27.
- Juliana, Juliana, Agus Rahayu, and Yuranita Pramudya Wardhani. 2020. “Muslimpreneur Intentions: Analysis of Family Background.” *Jurnal Kajian Peradaban Islam* 3(1):10–15.
- Kaba, A., & Ramaiah, C. K. (2020). Measuring Knowledge Acquisition and Knowledge Creation: A Review of the Literature. *Library Philosophy and Practice*, 2020 (January 2021), 1–22.
- Karimi, Saeid, Harm J. A. Biemans, Thomas Lans, Mohammad Chizari, and Martin Mulder. 2016. “The Impact of Entrepreneurship Education: A Study of Iranian Students’ Entrepreneurial Intentions and Opportunity Identification.” *Journal Of Small Business Management* 54(1):187–209.
- Khadijah, Sitti, Fraick Nicky, Gillian Ratumbusang, and Monry. 2017. “Midwifery Entrepreneurship Education Influences On Entrepreneurial Motivation Of Students At Sari Mulia Midwifery Academy Banjarmasin.” *Advances in Health Science Research* 6(Smichs):456–62.
- Khalid, Nadeem, Dewan Md Zahurul Islam, and Marwa Refaat Mahmoud Ahmed. 2019. “Sentrepreneurial Training and Organizational Performance: Implications for Future.” *Humanities and Social Sciences Reviews* 7(2):590–93.
- Khalique, Muhammad, Nick Bontis, Jamal Abdul Nassir Bin Shaari, Mohd Rafi Yaacob, and Rohana Ngah. 2018. “Intellectual Capital and Organisational Performance in Malaysian Knowledge-Intensive SMEs.” *International Journal of Learning and Intellectual Capital* 15(1):20–36.
- Kiani, A., Yang, D., Ghani, U., & Hughes, M. (2021). Entrepreneurial passion and technological innovation: the mediating effect of entrepreneurial orientation. *Technology Analysis & Strategic Management*, 1–14. <https://doi.org/10.1080/09537325.2021.1948986>
- Kim, Lisa E., Ilan Dar-Nimrod, and Carolyn MacCann. 2018. “Teacher Personality and Teacher Effectiveness in Secondary School: Personality Predicts Teacher Support and Student Self-Efficacy but Not Academic Achievement.” *Journal of Educational Psychology* 110(3):309–23.
- Kimaiyo, I. K., Collins Kapkiyai, and Joywin Chepkemoi Sang. 2015. “Effect of Knowledge Management on Firm Performance in Commercial Banks in Nakuru, Eldoret and Kisumu.” *European Journal of Business and Management* 7(3):207-216.
- Knol, J., & Van Linge, R. (2009). Innovative behaviour: The effect of structural and psychological empowerment on nurses. *Journal of Advanced Nursing*, 65(2), 359–370. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2008.04876.x>
- Kumar, Anil. 2019. “Exploring the Relationship between ICT , SCM Practices and Organizational Performance in Agri-Food Supply Chain.”
- Kuncoro, W.; Suriani, W.O. Achieving sustainable competitive advantage through product innovation and market driving. *Asia Pac. Manag. Rev.* 2018, 23, 186–192.

- Lavie, Dovev, Uriel Stettner, and Michael L. Tushman. 2010. "Exploration and Exploitation Within and Across Organizations." 4(1):109–55.
- Latino, M. A., Latino, R. J., & Latino, K. C. (2019). Root cause analysis: improving performance for bottom-line results. CRC press
- Lee, Kun Chang, Sangjae Lee, and In Won Kang. 2005. "KMPI: Measuring Knowledge Management Performance." *Information and Management* 42(3):469–82.
- Levinthal, Wesley M. Cohen; Daniel A. 1989. "Innovation and Learning: The Two Faces Of R & D Wesley." *Journal of Chemical Information and Modeling* 01(01):1689–99.
- Liao, Shu-Hsien, Chih-Chiang Chen, Da-Chian Hu, Yu-chun Chung, and Min-Ju Yang. 2016. "Developing a Sustainable Competitive Advantage: Absorptive Capacity, Knowledge Transfer and Organizational Learning." *The Journal of Technology Transfer*.
- Liebowitz, J. (1999). 1999. "Key Ingredients to the Success of an Organization's Knowledge Management Strategy." *Knowledge and Process Management* 6(1), 37–4.
- Lodhi, R. N., A. Ali, S. M. A. Bukhari, and S. Mubin. 2017. "Knowledge Quality and Organizational Performance: Evidence From ERP Based Organizations in Pakistan." *Journal of Quality and Technology Management* 13(1):15–35.
- Lundkvist, Agneta Halvarsson, and Maria Gustavsson. 2018. "Learning Conditions for Continuous Improvement in a Public Service Organization." *Journal of Workplace Learning* 30(8):578–91.
- Maheshwarkar, Mohit, and N. Sohani. 2014. "A State-of-Art Review on Basic Issues on Knowledge Management." *Management Science Letters* 4:2457–68.
- Majchrzak, Ann, Lynne P. Cooper, and Olivia E. Neece. 2004. "Knowledge Reuse for Innovation." *Management Science* 50(2):174–88.
- Makori, Daniel Mogaka, and Ambrose Jagongo. 2013. "Working Capital Management and Firm Profitability: Empirical Evidence from Manufacturing and Construction Firms Listed on Nairobi Securities Exchange, Kenya." *International Journal of Accounting and Taxation* 1(1):1–14.
- Maktabi, Seyed Habib, and Amir Khazaei. 2014. "The Impact of Organizational Learning on Organizational Performance and Organizational Innovation: Evidence from Bank Industry of Iran." *International Journal of Economy, Management and Social Sciences* 3(10):569–73.
- Manzoor, F., Wei, L., Nurunnabi, M., Subhan, Q. A., Shah, S. I. A., & Fallatah, S. (2019). The impact of transformational leadership on job performance and CSR as mediator in SMEs. *Sustainability (Switzerland)*, 11(2), 1–14. <https://doi.org/10.3390/su11020436>
- Markowska, Magdalena, and Johan Wiklund. 2020. "Entrepreneurial Learning under Uncertainty: Exploring the Role of Self-Efficacy and Perceived Complexity." *Entrepreneurship and Regional Development* 32(7–8):606–28.
- Masa'deh, Ra'ed, Ala'a Hamdi Gharaibeh, Ali Tarhini, and Bader Yousef Obeidat. 2016. "Knowledge Sharing Capability: A Literature Review." *Journal of Business & Management (COES&RJ-JBM)* 4(1):1–13.
- Maseki, Charity. 2012. "Knowledge Management and Performance of Commercial

- Banks in Kenya.” *Unpublished MBA Research Project, University of Nairobi.*
- Matei, Silvia Raluca, and Simona Mariana Dumitrescu. 2013. “A Psychotherapeutic Model Based on Systemic Therapy for Institutionalized Youth’s Social Reintegration.” *Procedia - Social and Behaviour Sciences* 84:205–8.
- Mayer, John D., Peter Salovey, and David R. Caruso. 2004. “Emotional Intelligence: Theory, Findings, and Implications.” *Psychological Inquiry* 15(3):197–215.
- McKelvie, A., Wiklund, J., & Brattström, A. (2018). Externally acquired or internally generated? Knowledge development and perceived environmental dynamism in new venture innovation. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 42(1), 24–46. <https://doi.org/10.1177/1042258717747056>
- McIver, Derrick, Stacey Fitzsimmons, and Cynthia Lengnick-Hall. 2019. “Integrating Knowledge in Organizations: Examining Performance and Integration Difficulties.” *Knowledge Management Research and Practice* 17(1):14–23.
- McQuaid, Ronald W. 2000. “The Theory of Partnership: Why Have Partnerships ?” (January 2000).
- Meekaewkunchorn, N., Szczepańska-Woszczyna, K., Muangmee, C., Kassakorn, N., & Khalid, B. (2021). Entrepreneurial orientation and sme performance: The mediating role of learning orientation. *Economics and Sociology*, 14(2), 294–312. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2021/14-2/16>
- Mills, Annette M., and Trevor A. Smith. 2011. “Knowledge Management and Organizational Performance: A Decomposed View.” *Journal of Knowledge Management* 15(1):156–71.
- Miner, and Mezas. 1996. “Ugly_Duckling_No_More_Pasts_and_Futures_of_Organiz.Pdf.”
- Mohamad, Mafuzah, and Juraifa Jais. 2016. “Emotional Intelligence and Job Performance: A Study among Malaysian Teachers.” *Procedia Economics and Finance* 35(October 2015):674–82.
- Mohapatra, Abhijeet, Sudhir Agarwal, and Michael Genesereth. 2016. “Policies.” *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)* 9992 LNAI:291–302.
- Mokh. Syaiful Bakhri, Sukses Berbisnis ala Rasulullah SAW (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012), 45.
- Mom, Tom J. M., Frans A.J., Van Den Bosch, and Henk W. Volberda. 2007. “Investigating Managers’ Exploration and Exploitation Activities: The Influence of Top-down, Bottom-up, and Horizontal Knowledge Inflows.” *Journal of Management Studies* 27(9):42.
- Mutegi, H. K., Njeru, P. W., & Ongesa, N. T. (2015). Financial literacy and its impact on loan repayment by small and medium entrepreneurs.
- Mutonyi, B. R., Slåtten, T., & Lien, G. (2020). Empowering leadership, work group cohesiveness, individual learning orientation and individual innovative behaviour in the public sector: empirical evidence from Norway. *International Journal of Public Leadership*, 16(2), 175–197. <https://doi.org/10.1108/ijpl-07->

2019-0045

- Newstrom, J.W., Davis, K., 1997. *Organizational Behavior: Human Behavior at Work*, 10th ed. McGraw-Hill, New York.
- Nold, Herbert, and Lukas Michel. 2016. "The Performance Triangle: A Model for Corporate Agility." *Leadership and Organization Development Journal* 37(3):341–56.
- Nonaka, Ikujiro. 1991. "The Knowledge Creating Company." *Harvard Business Review* (2):336–42.
- Nonaka, Ikujiro, and Ryoko Toyama. 2003. "The Knowledge-Creating Theory Revisited: Knowledge Creation as a Synthesizing Process." *Knowledge Management Research & Practice* 1(1):2–10.
- Olayemi, O., Olabode, O., Sunday, P., Oghojafor, B. E., Akpoyomare, O., & Oluwapelumi, I. (2020). Munich Personal RePEc Archive Innovative Behaviour and Firm's Performance in the Nigerian Manufacturing Sector. Papers.Ssrn.Com,P 105333. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3760091
- Pateli, A., & Lioukas, S. (2019). How functional involvement affects the transformation of external knowledge into innovation outcomes. *R and D Management*, 49(2), 224–238. <https://doi.org/10.1111/radm.12280>
- Peck, L., J. E. Stefaniak, and S. J. Shah. 2018. "The Correlation of Self-Regulation and Motivation with Retention and Attrition in Distance Education." *Quarterly Review of Distance Education*, 19(3):1-80.
- Pérez Alonso, M. A., & Moreno de Castro, B. A. (2020). Resilience and Entrepreneurship, Aligning Theoretical and Methodological Approaches. https://doi.org/10.1007/978-3-030-52294-0_21
- Peters, Dorian, Rafael A. Calvo, and Richard M. Ryan. 2018. "Designing for Motivation, Engagement and Wellbeing in Digital Experience." *Frontiers in Psychology* 9(MAY):1–15.
- Prendergast, Claire, and Lotte Thomsen. 2017. "'Selvations' in Social Motivation." *Social Justice Research* 30(3):270–77.
- Puspitacandri, Ardhiana, Warsono, Yoyok Soesatyo, Erny Roesminingsih, and Heru Susanto. 2020. "The Effects of Intelligence, Emotional, Spiritual and Adversity Quotient on the Graduates Quality in Surabaya Shipping Polytechnic." *European Journal of Educational Research* 9(3):1075–87.
- Ramadani, Veland, Robert D. Hisrich, and Shqipe Gërguri-Rashiti. 2015. "Female Entrepreneurs in Transition Economies: Insights from Albania, Macedonia and Kosovo." *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development* 11(4):391–413.
- Ranasinghe, H. K. G. S., Yajid, M. S. A., Khatibi, A., & Azam, S. F. (2018). The Relationship Between Entrepreneurial Learning And Business Performance: Theoretical And Empirical Evidence.
- Rastrollo-Horrillo, M. A., & Rivero Díaz, M. (2019). Destination social capital and innovation in SMEs tourism firms: an empirical analysis in an adverse socio-economic context. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(10), 1572–1590. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1648481>
- Rauch, Andreas; Wiklund, Johan; Lumpkin, G. T. 2013. "Entrepreneurial

- Orientation and Business Performance: Cumulative Empirical Evidence.” *Entrepreneurship Theory and Practice* 26(3):201–31.
- Reinaldo, G., Andi, A., & Ong, V. (2021). Intellectual intelligence and emotional intelligence of project manager. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 907(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/907/1/012022>
- Ribeiro, and Salvador Roig Domingo, Álvaro Cuervo. 2007. *Entrepreneurship Concepts, Theory and Perspective*.
- Rizki, M., Parashakti, R. D., & Saragih, L. (2019). The effect of transformational leadership and organizational culture towards employees’ innovative behaviour and performance. *International Journal of Economics and Business Administration*, 7(1), 227–239. <https://doi.org/10.35808/ijeba/208>
- Rodríguez-Serrano, M. Angeles, and Enrique Martín-Armario. 2019. “Born-Global SMEs, Performance, and Dynamic Absorptive Capacity: Evidence from Spanish Firms.” *Journal of Small Business Management* 57(2):298–326.
- Robbins, Stephen. P, Mary Coulter, 2005, Manajemen. Edisi ke 7. Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia. Indeks, Jakarta.
- Sarif, Mhd Suhaimi. 2017. “Society 5.0 Qalb With Tawhidic Paradigm.” *Journal of Education and Social Sciences* 8(1):208–17.
- Sarif, Suhaimi Mhd, and Yusof Ismail. 2011. “An Application of Tawhidic Paradigm in Macro-Planning of the 1 Malaysia Policy.” *Seminar Transformasi Sistem Pengurusan Islam Di Malaysia 2011* 101–25.
- Sarif, Suhaimi Mhd, Abdullah Sarwar, and Yusof Ismail. 2015. “The Influence of Tawhidic Paradigm in Managing Firms for Sustainable Competitive Advantage: A Malaysian Case The Influence of Tawhidic Paradigm in Managing Firms for Sustainable Competitive Advantage: A Malaysian Case.” (January 2016).
- Scott, Shane, and S. Venkataraman. 2006. “The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management.*” *The Academy of Management Review* 31(1):132–52.
- Serrat, Olivier. 2017. “Knowledge Solutions: Tools, Methods, and Approaches to Drive Organizational Performance.” *Knowledge Solutions: Tools, Methods, and Approaches to Drive Organizational Performance* 1–1140.
- Shah, S. I., Shahjehan, A., Afsar, B., Afridi, S. A., & Saeed, B. Bin. (2020). The dynamics of leader technical competence, subordinate learning, and innovative work behaviors in high-tech, knowledge-based industry. *Economic Research-Ekonomika Istrazivanja*, 33(1), 623–638. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1699140>
- Shek, Daniel T. L., and Li Lin. 2015. “Intrapersonal Competencies and Service Leadership.” *International Journal on Disability and Human Development* 14(3):255–63.
- Sheng, Margaret L., and Iting Chien. 2016. “Rethinking Organizational Learning Orientation on Radical and Incremental Innovation in High-Tech Firms.” *Journal of Business Research* 69(6):2302–8.
- Shirokova, Galina, Gina Vega, and Liubov Sokolova. 2013. “Performance of Russian SMEs: Exploration, Exploitation and Strategic Entrepreneurship.”

- Critical Perspectives on International Business* 9(1):173–203.
- Sidek, Muhamad Syamiezy, and Abu Yazid Abu Bakar. 2020. “Emotional Intelligence and Self-Efficacy Career Decision Making among High School Students.” *Education and Social Sciences Review* 1(1):1–7.
- Slåtten, T., Mutonyi, B. R., & Lien, G. (2020). The impact of individual creativity, psychological capital, and leadership autonomy support on hospital employees’ innovative behaviour. *BMC Health Services Research*, 20(1), 1–17. <https://doi.org/10.1186/s12913-020-05954-4>
- Soetanto, Danny. 2017. “Networks and Entrepreneurial Learning: Coping with Difficulties.” *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 23(3):547–65.
- Solesvik, Marina, Tatiana Iakovleva, and Anna Trifilova. 2019. “Motivation of Female Entrepreneurs: A Cross-National Study.” *Journal of Small Business and Enterprise Development* 26(5):684–705.
- Stephen P. Robbins, 1996. *Perilaku Organisasi, Konsep, Kontroversi dan Aplikasi*. Alih Bahasa : Hadyana Pujaatmaka. Edisi Keenam. Penerbit PT.Bhuana Ilmu Populer, Jakarta.
- Street, C. T. K. F. R., & Christopher, T. S. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior. *Journal of Intellectual Capital*, 2(3), 284–296. <http://dx.doi.org/10.1108/EUM0000000005660>
- Suhaimi Mhd Sarif. 2019. “Consumerism With Tawhidic Paradigm Activism Through ‘Change The World’ Project.” *International Islamic University Malaysia* 1–7.
- Tan, Yongtao, J. Jorge Ochoa, Craig Langston, and Liyin Shen. 2015. “An Empirical Study on the Relationship between Sustainability Performance and Business Competitiveness of International Construction Contractors.” *Journal of Cleaner Production* 93:273–78.
- Tavassoli, Sam, Lars Bengtsson, and Charlie Karlsson. 2017. “Strategic Entrepreneurship and Knowledge Spillovers: Spatial and Aspatial Perspectives.” *International Entrepreneurship and Management Journal* 13(1):233–49.
- Thakre, Nilesh, and Paulin Mathew. 2020. “Psychological Empowerment, Work Engagement, and Organizational Citizenship Behavior among Indian Service-Sector Employees.” *Global Business and Organizational Excellence* 39(4):45–52.
- Tun, Universiti, Abdul Razak, Universiti Tun, and Abdul Razak. 2018. “Economics Waqf : From IR 4 . 0 to a Human-Centred Tawhidic.” 1–8.
- Valdez-juárez, Luis Enrique, Domingo García-pérez De Lema, and Gonzalo Maldonado-guzmán. 2016. “Management of Knowledge, Innovation and Performance in SMEs Luis.” 11:141–76.
- Varblane, Urmas, and Tönis Mets. 2010. “Entrepreneurship Education in the Higher Education Institutions (HEIs) of Post-Communist European Countries.” *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy* 4(3):204–19.
- Vermeulen, M., Kreijns, K., & Evers, A. T. (2020). Transformational leadership, leader–member exchange and school learning climate: Impact on teachers’

- innovative behaviour in the Netherlands. *Educational Management Administration and Leadership*. <https://doi.org/10.1177/1741143220932582>
- Villagonzalo, Regine R. 2013. "Intelligence Quotient, Emotional Quotient, Spiritual Quotient, and Adversity Quotient® and the Academic Performance of Students." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- Wang, Catherine L., and Harveen Chugh. 2015. "Entrepreneurial Learning: Past Research and Future Challenges." *Entrepreneurial Learning: New Perspectives in Research, Education and Practice* 16(2014):11–44.
- Wenke, K., Zapkau, F. B., & Schwens, C. (2021). Too small to do it all? A meta-analysis on the relative relationships of exploration, exploitation, and ambidexterity with SME performance. *Journal of Business Research*, 132, 653-665.
- Wensley, Anthony K. P., Juan Gabriel Cegarra-Navarro, Gabriel Cepeda-Carrión, and Antonio Genaro Leal Millán. 2011. "How Entrepreneurial Actions Transform Customer Capital through Time: Exploring and Exploiting Knowledge in an Open-Mindedness Context." *International Journal of Manpower* 32(1):132–50.
- West, Joel, and Marcel Bogers. 2014. "Leveraging External Sources of Innovation: A Review of Research on Open Innovation." *Journal of Product Innovation Management* 31(4):814–31.
- Widodo (2014). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Unissula Press, Semarang
- Williamson, C. R. 2013. "Disentangling Institutional Determinants of Entrepreneurship." *American Journal of Entrepreneurship*, 6(1):40-66.
- Yahya, A. B. (2020). Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(1).
- Yli-Renko, Helena, Erkkö Autio, and Harry J. Sapienza. 2001. "Social Capital, Knowledge Acquisition, and Knowledge Exploitation in Young Technology-Based Firms." *Strategic Management Journal* 22(6–7):587–613.
- Young, John E., and Donald L. Sexton. 1997. "Entrepreneurial Learning: A Conceptual Framework." *Journal Of Enterprising Culture* 5(3):6.
- Zahra, Shaker & George, Gerard. 2002. "Institutional Knowledge at Singapore Management University Absorptive Capacity: A Review Reconceptualization) and Extension." *Academy of Management Review* 27(2):185–203.
- Zarkasyi, Hamid Fahmy, *Membangun Peradaban Islam, Kuliah Perdana, Seri Kuliah Peradaban Islam*, Unissula, Semarang, 2008
- Zhang, Jinhao, Mi Xiao, and Liang Gao. 2019. "An Active Learning Reliability Method Combining Kriging Constructed with Exploration and Exploitation of Failure Region and Subset Simulation." *Reliability Engineering and System Safety* 188(March):90–102.
- Zhou, K. Z., and F. Wu. 2010. "Technological Capability, Strategic Flexibility, and Product Innovation." *Strategic Management Journal* 31(5), 547.
- Zhou, Z., & Verburg, R. (2020). Open for business: The impact of creative team environment and innovative behaviour in technology-based start-ups. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 38(4), 318–336. <https://doi.org/10.1177/0266242619892793>